

REKRYTOIJIEN NÄKEMYKSIÄ VIDEOTYÖHAKEMUKSISTA

Milla Jalonen

Puheviestinnän pro gradu -tutkielma

Kevät 2016

Tampereen yliopisto

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

TAMPEREEN YLIOPISTO

Yksikkö - School	
Viestinnän, median ja teatterin yksikkö	
Tekijä – Author	
Milla Jalonen	
Työn nimi – Title	
Rekrytoijien näkemyksiä videotyöhakemuksista	
Oppiaine – Subject	Työn laji – Level
Puheviestintä	Pro gradu
Aika – Month and year	Sivumäärä – Number of pages
Huhtikuu 2016	59 sivua + 4 liitesivua
Tiivistelmä – Abstract	
<p>Hyvillä viestintä- ja vuorovaikutustaidoilla on jatkuvasti kasvava merkitys työelämässä pärjäämisellä ja työnhaussa onnistumiselle. Tämä työelämän muutos näkyy myös työnhaussa muun muassa niin, että viime vuosina rekrytoinneissa ollaan alettu hyödyntämään videotyöhakemuksia, joilla työnhakija voi vakuuttaa osaamistaan aiempaa visuaalisemmalla keinoilla. Videotyöhakemus on työnhakijalle mahdollisuus osoittaa aiempaa paremmin omaa vuorovaikutusosaamistaan jo varhaisemmassa vaiheessa rekrytointia. Työnhakuprosessia on aiemmin tutkittu ennen kaikkea työhaastattelukontekstissa, mutta tutkimusta videotyöhakemuksista ei juurikaan ole vielä ilmestynyt.</p> <p>Tämän tutkielman tarkoituksena oli selvittää, miten rekrytoijat arvioivat videotyöhakemuksia. Tutkielmaa varten haastateltiin yhteensä 10 rekrytointialalla työskentelevää henkilöä kolmesta eri työyhteisöstä. Haastattelut toteutettiin kolmena ryhmähaastatteluna. Tutkielma on muodoltaan laadullinen. Haastatteluiden avulla koottu aineisto on analysoitu käyttämällä aineistolähtöistä sisällönanalyysia.</p> <p>Tutkielman tulosten perusteella rekrytoijat kiinnittävät erityisen paljon huomiota työnhakijan nonverbaaliin viestintään. Tästä huolimatta rekrytoijat eniten kritiikkiä videotyöhakemuksille annettiin huonosta tai puutteellisesta argumentoinnista. Työnhakijan arvioitiin onnistuneen videotyöhakemuksen teossa etenkin silloin, kun työnhakija oli onnistuneesti osannut sanoittamaan sen, miksi hän olisi hyvä työntekijä yritykselle.</p> <p>Rekrytoijat pitivät videotyöhakemusta erinomaisena keinona työnhakijalle tuoda persoonaansa kirjallista työhakemusta paremmin esille. Tutkielman tulosten perusteella videotyöhakemusta ei kuitenkaan nostettu esille hyvänä viestintä- ja vuorovaikutustaitojen ilmaisemiskeinona.</p>	

Asiasanat – Keywords
Videotyöhakemus, vaikutelma, vaikutelman hallinta, viestintäosaaminen
Säilytyspaikka – Depository Tampereen yliopisto
Muita tietoja – Additional information

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
2	TEOREETTINEN VIITEKEHYS	9
2.1	Vaikutelma	9
2.1.1	Vaikutelman muodostuminen	9
2.1.2	Vaikutelman hallinta	11
2.2	Viestintäosaaminen	13
2.2.1	Esiintymistaito	15
2.2.2	Viestintäosaaminen ammattiosaamisen osa-alueena.....	17
2.3	Video viestinnän välineenä	18
2.3.1	Videosiintyminen vuorovaikutustilanteena.....	18
2.3.2	Videotyöhakemus ja videohaastattelu.....	19
3	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	22
3.1	Tutkimusongelma ja -kysymykset	22
3.2	Menetelmä.....	24
3.3	Haastateltavat ja aineiston keruu.....	25

3.4	Aineiston analyysi	27
4	TULOKSET	29
4.1	Tutkittavan ilmiön määrittely ja rajausta	29
4.1.1	Haastateltavien aiemmat kokemukset videotyöhakemuksista	29
4.1.2	Videotyöhakemuksen suhde kasvokkain tapahtuvaan työhaastatteluun.....	31
4.1.3	Videotyöhakemuksen suhde kirjalliseen työhakemukseen.....	33
4.2	Työnhakijasta syntyvän vaikutelman muodostuminen	34
4.3	Viestintä videotyöhakemuksessa	36
4.3.1	Verbaalinen viestintä videotyöhakemuksessa.....	36
4.3.2	Nonverbaalinen viestintä videotyöhakemuksessa.....	37
4.4	Kohdentaminen	38
4.5	Jännittäminen	41
4.6	Valmistautuminen	43
4.7	Motivaatio	44
4.8	Eroittautuminen muista hakijoista.....	45
5	POHDINTA	47

5.1 Tutkimuksen arviointi	50
5.2 Jatkotutkimushaasteita	52
KIRJALLISUUS.....	54
LIITTEET	60

1 JOHDANTO

Työpaikkailmoituksissa haetaan usein ryhmätyötaitoista, hyvät vuorovaikutustaidot omaavaa työntekijää. On selvää, että työhaastattelussa menestyminen auttaa työpaikan saamista erittäin paljon ja hyvin onnistunut työhaastattelu voi jopa paikata mahdollisia muita puutteita esimerkiksi työhistoriassa tai koulutustaustassa. ”Hyvä tyyppi” on haluttu työkaveri ja alainen. Kilpailu uudesta työpaikasta ratkeaa yleensä kahden ammatillisesti yhdenvertaisen työnhakijan välillä paremmat vuorovaikutustaidot omaavan hakijan hyväksi. (ks. esim. Työnantajat kertovat: Näin teet hyvän ensivaikutelman, 2014). Mäkinen (2012, 13–15) näkee taidon markkinoida itseään ankkuroituneen pysyvästi työmarkkinoille. Esimerkiksi työnhaku sosiaalisen median kautta on jo arkipäivää monelle työssäkäyvälle ja työtä hakevalle.

Työelämän muutoksen mukana myös työnhakuprosessi on muuttunut paljon viime vuosina videotyöhakemuksen rantauduttua hiljalleen myös Suomeen. Videotyöhakemus on melko nuori ja monelle vielä jopa melko tuntematon ilmiö. Todisteena ilmiön kasvusta voidaan kuitenkin pitää esimerkiksi lukuisia artikkeleita, joita videotyöhakemuksesta on kirjoitettu viimeisen vuoden aikana (ks. esim. Kupila 2014; Niinistö 2015; Pisto 2015).

Videotyöhakemus toimii työnhakijan esittelynä työnantajalle. Se mahdollistaa työnhakijan osoittaa puheviestinnällistä osaamista aiempaa luovemmilla keinoilla ja antaa tekijälleen enemmän taiteellisia vapauksia perinteiseen paperiseen työhakemukseen verrattuna (Niinistö, 2015). Perinteisessä rekrytointiprosessissa työhaastattelu on usein ollut ensimmäinen tilaisuus työnhakijalle ja rekrytoijalle tavata toisensa kasvotusten. Videotyöhakemusten käytön lisääntyessä työnhakumuotona myös koko rekrytointiprosessi muuttaa muotoaan siten, että työnantajalla on jo varhaisemmassa vaiheessa mahdollisuus tutustua hakijaan muutenkin kuin paperilla. Videotyöhakemus vastaa omalta osaltaan työmarkkinoiden tarpeeseen rekrytoida vuorovaikutustaitoisia ammattilaisia.

Minuuden, tai osuvammin itsensä markkinointia väitöskirjassaan tutkinut Katariina Mäkinen (2012) kuvaa työelämän muuttuneen yhä enemmän individualistisemmaksi, jossa työntekijä pärjää vain osatessaan tehokkaasti markkinoida omaa osaamistaan. Tätä markkinointia voi tarvittaessa opetella jo myös esimerkiksi työelämävalmennuksessa, joka on jatkuvasti kasvava ala. Itsestä ja omasta työhistoriasta rakennetaan tarinaa, jossa jokainen käänne ja tapahtuma tukee hakijan rakentamaa positiivista kuvaa itsestään. Tässä ilmiössä on kyse itsensä brändäämisestä. Videotyöhakemus toimii siis työnhakijan markkinoinnin välineenä.

Työhaastattelua sekä esimerkiksi vaikutelman hallinnan keinoja työhaastattelukontekstissa on tutkittu jo melko laajasti, myös vuorovaikutuksen näkökulmasta (ks. esim. Forbes & Jackson 1980; Imada & Hakel 1977; Rasmussen 1984; Riggio & Throckmorton 1988; Young & Beier 1977). Videotyöhakemuksesta sen sijaan ei ole vielä juurikaan ilmestynyt tutkimusta. Aihe on puheviestinnän näkökulmasta hyvin mielenkiintoinen, sillä video viestinnän välineenä muuttaa vuorovaikutustilanteen luonnetta verrattuna siihen, että vuorovaikutustilanne tapahtuisi kasvotusten. Työnhakuun liittyvien vuorovaikutustilanteiden tutkimus puheviestinnän alalla on vielä olematonta. Aihe on yhteiskunnallisesti kuitenkin merkittävä, sillä vuorovaikutustaitoja on viime vuosina alkaa enenevässä määrin korostaa myös työelämässä menestymiseen ja työssä jaksamiseen vaikuttavana tekijänä. Tämän vuoksi on tärkeää, että työhakuun liittyvää vuorovaikutusta tutkitaan myös.

Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää, miten rekrytoijat arvioivat videotyöhakemuksia. Teoriaosuuteni keskeisiä käsitteitä ovat vaikutelma, vaikutelman syntyminen sekä viestintäosaaminen. Tutkielman aineisto on kerätty ryhmähaastattelumenetelmää apuna käyttäen. Tutkielma sijoittuu tieteenfilosofisilta lähtökohdiltaan fenomenologis-hermeneuttisen perinteen kentälle ja se on luonteeltaan kvalitatiivinen. Viestinnän tutkimuksen kentällä tämä tutkielma edustaa sosiopsykologista tutkimustraditiota.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

2.1 Vaikutelma

2.1.1 Vaikutelman muodostuminen

Kohdatessamme entuudestaan tuntemattoman ihmisen, muodostamme tästä henkilöstä aina ensivaikutelman. Vaikutelman muodostuminen (*impression formation*) viittaa prosessiin, jossa havainnoitavasta kohteesta muodostetaan kokonaisvaltainen vaikutelma kokoamalla yhteen pieniä osia havainnoitavan henkilön viestinnästä ja persoonasta. Vaikutelman muodostuminen tapahtuu jo muutamassa sekunnissa. Valon (1994, 45) mukaan vaikutelman muodostumisen prosessissa nonverbaalinen viestintä on keskeisessä roolissa, sillä nonverbaaliset vihjeet mielletään usein aidompina ja vähemmän harkitumpina verrattuna verbaalisiin vihjeisiin. Vaikutelman muodostuminen ja syntyminen voidaan nähdä melko pitkälti toistensa synonyymeina, mutta tässä tutkimussuunnitelmassa perustellumpaa on käyttää termiä *vaikutelman muodostuminen*, sillä se kuvaa paremmin ilmiön prosessimaisuutta. Vaikutelman muodostumisesta voidaan käyttää myös termiä puhujanarviointi. Valon (1994, 41) määritelmän mukaisesti puhujanarvioinnilla tarkoitetaan ”*prosessia, jossa puhujaa ja tämän puheviestintää arvioidaan ja jonka aikana ja tuloksena hänen ominaisuuksistaan syntyy ensivaikutelmia*”.

Vaikutelman muodostuminen on kiinnostanut tutkijoita laajasti, ja vaikutelman muodostumisesta onkin esitetty monia erilaisia teorioita (ks. Asch 1946, 258–269). Yksi eniten käytetyistä selityksistä on viiden piirteen malli (Digman 1990). Nämä määräävät viisi pääpiirrettä ovat sosiaalisuus (*extraversion*), sovinnollisuus (*agreeableness*), tunnollisuus (*conscientiousness*), tunne-elämän tasapainoisuus (*emotional stability*) sekä avoimuus uusille kokemuksille (*openness to experience*). Mallin mukaan havaitsemme toisessa ihmisessä yksittäisiä piirteitä samanaikaisesti muodostaen jokaisesta piirteestä oman yksittäisen havainnon. Havainnoitsijan yhdistäessä nämä havainnot yksittäisistä piirteistä kokonaisuudeksi syntyy vaikutelma. Vaikka

teoriaa on kritisoitu jo vanhentuneena, on sen avulla edelleen perustella ja kehittää eteenpäin muita vaikutelman muodostumisen teorioita.

Vaikutelman muodostumisprosessissa arvioitavia piirteitä on myös nimetty muita. Yksi jaottelu tehdään puoleensavetävyyden (*attractiveness*), miellyttävyyden (*likeability*), luotettavuuden (*trustworthiness*), kompetenssin (*competence*) sekä aggressiivisuuden (*aggressiveness*) mukaan. Nämä kaikki viisi piirrettä ovat tutkitusta sellaisia, joita voidaan päätellä pelkästään kasvopiiirteistä jo muutamassa sekunnissa. Huomionarvoista on myös sen, että havainnoitsijoiden arvioinnit syntyneestä vaikutelmasta eivät juurikaan muuttuneet, vaikka havainnointiin käytettyä aikaa kasvatettiin. (Willis & Todorov, 2006).

Havainnoitavan henkilön sukupuoli vaikuttaa merkittävästi siihen, kuinka vaikutelman muodostumiseen liittyviä piirteitä tulkitaan. Jordan ja McLaughlin (1976) tutkivat sukupuolen vaikutelman muodostumiseen tilanteessa, jossa koehenkiöiden sopivuutta tiettyyn ammattiin tai positioon arvioitiin rajallisin taustatiedoin. Tutkimuksen mukaan sukupuoliroolit vaikuttivat suuresti arvioon siitä, kuinka sopivaksi henkilö todettiin tehtävään. Huomionarvoista tutkimuksessa oli lisäksi se, että arvioitaessa henkilöitä ryhmässä sukupuolesta ja siihen liittyvistä odotuksista ja käsityksistä puhuttiin vähemmän kuin silloin kun haastattelut toteutettiin yksitellen. Kyseisessä tutkimuksessa on syytä ottaa huomioon sen ilmestymisajankohta, sillä kyseessä voi osittain olla jo vanhentunutta tietoa. Samansuuntaisia tutkimustuloksia on kuitenkin havaittu myös 2000-luvulla. Sosiaalisen median palvelu Facebookin profiilikuvia naisista ja miehistä tutkittaessa arviot profiilikuvista syntyneistä vaikutelmista erosivat sukupuolen perusteella. Profiilikuvien huomattiin vahvistavan sukupuolistereotypioita. Miesten profiilikuvien perusteella syntyneitä mielikuvia kuvattiin sanoilla aktiivinen, hallitseva sekä itsenäinen. Naisten profiilikuvia taas arvioitiin muun muassa sanoilla viehättävä sekä riippuvainen. (Rose ym, 2012).

Sukupuolten välillä näyttäisi olevan myös eroja siinä, millaisia vaikutelman syntymiseen vaikuttavia piirteitä sukupuolet esittävät. Erityisesti hymyileminen on seikka, jossa näyttäisi esiintyvän eroja sukupuolten välillä. Siinä, missä naisten on todettu hymyilevän miehiä useammin ja vaikuttavan lämpöisen ja ystävällisen vaikutelman syntyyn, miesten on todettu hymyilevän naisia vähemmän ja muodostavan näin ollen naisia kovemman vaikutelman.

Nonverbaalisen viestinnän merkitys vaikutelman muodostumisessa on olennainen (Rashotte 2002, 98). Hack (2014) on tutkinut ilmeiden merkitystä vaikutelman syntymiseen. Tutkimuksen mukaan hymyilevän naisen vaikutelma oli usein lämmin (*warmth*), kun taas miesten hymyilemistä ei tulkittu vaikutelmaltaan lämpöiseksi. Tämä tukee käsitystä siitä, että naisille asetetut normit ovat erilaiset kuin miehille asetetut. Yksi tutkimuksen hypoteeseista oli, että miehet, jotka eivät hymyilleet, olisi arvioitu vaikutelmaltaan päteväksi. Tämä ei kuitenkaan pitänyt paikkaansa. Johtopäätöksenä tutkimuksessa todettiin, että miesten vaikutelman muodostumiseen ei niinkään vaikuttanut kasvonilmeet, kun taas naisista arvioita tehtiin ja ne muuttuivat kasvonilmeiden perusteella. (Hack 2014, 565–566).

Tämän tutkielman kannalta erityisen kiinnostavaa on nonverbaalisen viestinnän korostunut merkitys vaikutelman muodostumisprosessissa. Ensivaikutelman merkitystä korostetaan erityisesti työnhakukontekstissa paljon. Mikäli hakija on mahdollista arvioida esimerkiksi kyvykkääksi ja luotettavaksi jo muutaman sekunnin perusteella, voidaan kysyä, mikä merkitys muulla hakuprosessilla on.

2.1.2 Vaikutelman hallinta

Vaikutelman hallinnalla tarkoitetaan sellaisia tekoja, joilla pyritään hallitsemaan viestijästä syntyviä mielikuvia sekä kiinnittämään toisen henkilön huomio viestijän positiivisiin piirteisiin ja ominaisuuksiin (Delery & Kacmar 1998, 1650; Leary 1990, 34). Vaikutelman hallinnan keinoja käyttäessään viestijä pyrkii muun muassa välttämään huonojen mielikuvien syntymistä itsestään, saamaan hyvää mainetta, kohottamaan itsetuntoaan sekä tuottamaan positiivisia konnotaatioita (Tedeschi 1981, 4). Vaikutelman hallinnan teorian luoja Goffman (1971) käytti teatterin ja esiintymisen sanastoa kuvaillessaan viestintää ilmiönä, joka vaatii itselleen näyttämön, jolla jokainen viestijä on sitoutunut esittämään tietyn roolin.

Vaikutelman hallinnan (*impression management*) synonyyminä käytetään toisinaan myös itsensä esittämistä (*self-presentation*) (Leary 1990, 34). Vaikutelma-käsite nähdään toisinaan korvattavan henkilökuvakäsitteellä. Päädyin kuitenkin tutkielmassani käyttämään vaikutelma-sanaa, sillä se

on mielestäni vakiintuneempi niin yleiskielessä kuin tieteellisessä kontekstissa.

Vaikutelman hallinta koostuu kahdesta prosessista, joita kutsutaan vaikutelmamotivaatioksi (*impression motivation*) sekä vaikutelman rakentumiseksi (*impression construction*). Viestijä on tilanteesta riippuen enemmän tai vähemmän motivoitunut hallitsemaan itsestään syntyvää vaikutelmaa. Tilanteita, joissa vaikutelman hallinnan aste on korkea, ovat esimerkiksi esiintymistilanteet, ensitapaaminen sekä työhaastattelu. Toisaalta taas vaikutelman hallintaan kiinnitetään vähemmän huomiota esimerkiksi silloin, kun jokin ympäristössä kiinnittää kaikkien viestijöiden huomion tai tilanteissa, joissa viestijä kokee esimerkiksi suurta riemua. Tilanteessa, jossa viestijä kokee haluavansa hallita vaikutelmaansa, viestijän tulee valita vaikutelman hallinnan keinot sekä tapa, jolla vaikutelmaa hallitaan. Tätä, usein tiedostamatonta prosessia kutsutaan vaikutelman rakentumiseksi. (Leary & Kowalski 1990, 36–39.)

Työnhakijoiden vaikutelman hallintaa työhaastattelukontekstissa on tutkittu puheviestinnän kentällä jonkin verran (esim. Delery & Kacmar 1998; Kacmar & Carlson 1999; Stevens & Kristof 1995; Toivainen 2012). Deleryn ja Kacmarin (1998, 1650–1651) mukaan työhaastattelussa kolme eniten hyödynnettyä taktiikkaa ovat oikeutus (*entitlements*), vahvistaminen (*enhancements*) sekä itsensä markkinoiminen (*self-promotion*). Oikeutukseksi kutsutaan sellaisia lausuntoja, joiden avulla työnhakija tuottaa kunniaa itselleen. Työnhakija siis kertoo esimerkiksi omista aiemmista saavutuksistaan edellisellä työpaikalla tai saavuttamastaan opintomenestyksestä. Vahvistamisella tarkoitetaan puolestaan sellaisia puheenvuoroja, joiden avulla työnhakija pyrkii vakuuttamaan työhaastattelijan siitä, että hakijalla on tietynlaisia positiivisia ominaisuuksia. Tällaisia positiivisia ominaisuuksia voisivat olla esimerkiksi hyvät vuorovaikutustaidot. Kolmas työnhakijan usein käyttämä taktiikka on itsensä markkinointi, jonka avulla työnhakija pyrkii vakuuttamaan haastattelijan siitä, että hänellä on juuri sellaista tietoa ja taitoa, joita uusi työ vaatii. Tämä saattaisi tarkoittaa esimerkiksi oman ammattiosaamisen korostamista ja kehumista. Minuuden markkinoinnin taktiikkaa käyttämällä työnhakija pyrkii luomaan ideaalin kuvan itsestään haastattelijan silmissä. (Delery & Kacmar 1998, 1651; Toivainen 2012, 16.)

Stevensin ja Kristofin (1995, 605) mukaan vaikutelman hallinnan taktikat jaetaan assertiivisiin

sekä puolustautuviin taktiikoihin. Assertiivisilla vaikutelman hallinnan taktiikoilla tarkoitetaan keinoja, joiden avulla viestijä pyrkii rakentamaan itsestään kuvaa tietyt ominaisuudet omaavana henkilönä. Puolustautuvilla taktiikoilla puolestaan pyritään torjumaan tämän kuvan katoamisen tai vahingoittumisen uhkaa. Edellisessä kappaleessa kuvatut kolme vaikutelman hallinnan taktiikkaa kuuluvat assertiivisiin taktiikoihin. Näiden taktiikoiden lisäksi myös henkilökohtaiset tarinat (*personal stories*), voitetut esteet (*overcoming obstacles*) sekä mielipiteiden yhdenmukaisuus (*opinion conformity*) kuuluvat assertiivisten vaikutelman hallinnan kategoriaan.

Puolustautuvan vaikutelman hallinnan taktiikat ovat jaoteltu tekosyihin sekä puolustuksiin. Työhaastattelukontekstissa kyse on usein työnantajan esittämistä kysymyksistä, jotka ovat kiusallisia työnhakijalle. Naispuoliselta työnhakijalta saatetaan toisinaan kysyä esimerkiksi perheen perustamisesta, mihin työnhakija voisi vastata puolustavia keinoja käyttäen. Tekosyitä saatetaan taas esimerkiksi käyttää silloin, kun työnantaja esimerkiksi kysyy, miksi työnhakija on irtisanottu edellisestä työpaikasta.

2.2 Viestintäosaaminen

Petersonin (1997) mukaan niin työhaussa, kuin työelämässä yleisestikin, viestintäosaamista pidetään yhtenä erittäin merkittävänä taitona. 1990-luvulla toteutetussa tutkimuksessa selvisi, että rekrytoijat arvioivat tulevaisuudessa hyvien viestintätaitojen merkityksen kasvavan entisestään. Tässä luvussa käsitellään viestintäosaamista yleisesti, viestintäosaamisen jaottelua sekä osaamisalueita hieman tarkemmin. Viestintäosaamista tarkastellaan vielä lopuksi työelämän sekä työhaun kontekstien näkökulmista.

Viestintäosaamisella, tai vastaavasti viestintäkompetenssilla, tarkoitetaan tietoa ja taitoa viestiä tehokkaasti ja tarkoituksenmukaisesti, motivaatiota, sekä ymmärrystä omasta osaamisesta ja viestinnällisistä ominaisuuksista (Kostiainen 2003, 30–31). Valkonen (2003, 25) on korostanut, että viestintäosaamisen käsite kattaa vuorovaikutustaitojen lisäksi myös kirjoittamisen, lukemisen sekä medialukutaidon. Viestintäosaamisen käsite on hyvin laaja ja monitulkintainen, eikä se

laajuutensa vuoksi voi täysin tarkasti kuvata yksittäistä viestintätilannetta. Tulen jatkossa käyttämään käsitettä viestintäosaaminen viestintäkompetenssin sijasta, sillä osaamisen käsite on mielestäni jo vakiintunut puheviestinnän suomenkieliseen sanastoon. Lisäksi Valkonen (2003), johon tässä tutkielmassa usein viitataan, käyttää kyseistä termiä omassa väitöskirjassaan.

Viestintäosaamiseen voidaan liittää myös viestijän ymmärrys viestintätilanteen eettisistä periaatteista. Ymmärrys toisten kunnioittamisesta sekä loukkaamattomuudesta ovat taitavan viestijän tunnusmerkkejä. Viestijän tulee olla myös motivoitunut viestimään tavalla, jota myös muut viestijät pitävät tehokkaana ja tarkoituksenmukaisena. Oman viestinnän suunnittelu, ennakointi sekä odotuksiin vastaaminen ovat oleellinen osa viestintäosaamisen määritelmää. (Valkonen 2003, 26.)

Puheviestintäosaaminen tai -kompetenssi (*communication competence*) voidaan luokitella viestintäosaamisen alakäsitteeksi. Sen kontekstina on kahden tai useamman ihmisen välinen vuorovaikutustilanne. Puheviestintäosaaminen tarkastelee siis ihmisten interpersonaalista viestintää. (Kostiainen 2003, 26.) Myös puheviestintätaitojen tarkastelu keskittyy nimenomaan ihmisten välisen vuorovaikutustilanteen tarkasteluun, sillä taitavuutta ja taitoja pystytään määrittelemään ja arvioimaan vasta vuorovaikutustilanteessa (Kostiainen 2003, 34). Puheviestintäosaamisen rinnalla käytetään myös käsitettä interpersonaalinen kompetenssi (*interpersonal competence*) (Valkonen 2003, 33). Kolmantena, samaa ilmiötä kuvaavana terminä käytetään käsitettä vuorovaikutusosaaminen, jonka Hyvärinen (2011, 39–40) määrittelee ammatillisessa kontekstissa seuraavasti: *Vuorovaikutusosaaminen koostuu sekä viestintään että asiantuntijan omaan alaan liittyvistä asenteista, tiedoista ja taidoista, joita ammattilainen tarvitsee työssä menestyäkseen. (--) Asenteet ja tiedot ilmenevät viestintäkäyttäytymisessä sekä ammatillisten taitojen että vuorovaikutustaitojen välityksellä. (--) Lisäksi vuorovaikutusosaaminen on taitoa ennakoida, suunnitella, säädellä ja arvioida viestintäkäyttäytymistä sekä halua ja kykyä jatkuvaan oppimiseen ja itsensä kehittämiseen itsenäisesti ja yhteistyössä muiden kanssa.*

Puheviestintäosaamisen tutkimuksen historia pohjautuu pitkälti puhumisen taidon ja tyylin arviointiin ja luokitteluun. Esiintyminen ja julkinen puhuminen olivat 1900-luvun keskeiset

tutkittavat ilmiöt. Esiintymistaitoja arvioitaessa on mahdollista kiinnittää huomiota muun muassa esitystapaan, kielenkäyttöön, sisältöön, jäsentelyyn, argumentointiin, havainnollistamiseen, tavoitteellisuuteen sekä puheen mukauttamiseen tilanteen mukaan (Daly 1994 ja Morrelay 1994, Valkosen 2003, 44 mukaan). Eri lähteissä onkin nähtävissä hieman toisistaan poikkeavia esiintymistaidon luokitteluja (vrt. Isotalus, 1995). Esiintymistaito voidaan kuitenkin nähdä osana viestintäosaamisen kenttää. Esiintymistaitoa käsitellään vielä erikseen seuraavassa luvussa.

2.2.1 Esiintymistaito

Tässä tutkielmassa videotyöhakemus luokitellaan esiintymiseksi. Vaikka videotyöhakemuksen tekijältä puuttuu konkreettinen yleisö, voidaan videotyöhakemus rinnastaa jossain määrin televisioesiintymisen kanssa. Televisioesiintymistä kuvataan lisää myöhemmin tässä luvussa. Alla esiteltyjä esiintymistaitoja on muutenkin tarpeen tarkastella erityisesti videolla esiintymisen kontekstissa. Verrattaessa videolla esiintymistä tilanteeseen, jossa esiintyjä sekä yleisö ovat konkreettisesti samassa tilassa, voidaan joitakin poikkeavuuksia löytää. Tämän vuoksi videoesiintymisen erityispiirteitä tarkastellaan tässä luvussa yhdessä taitokokonaisuuksien kanssa.

Esiintymistaidon määrittely on hankalaa, sillä se nähdään usein taitona, jota esiintyjällä joko on tai ei ole. Käsitteeseen on usein liitetty sellaisia termejä kuin karismaattisuus, luonnollisuus tai läsnäolo, jotka eivät tieteellisesti ole täsmällisesti kuvaavia. Isotalus (1995, 83–84) määrittelee esiintymistaidon julkisiin esiintymistilanteisiin liittyväksi taitokokonaisuudeksi. Esiintymistilanteelle on ominaista se, että esiintyjä ja yleisö ovat selkeästi erotettavissa toisistaan. Vuorovaikutusta tapahtuu kuitenkin esiintymistilanteessa sekä puhujalta yleisölle että yleisöltä puhujalle. Esiintymistaitoa on tarkasteltu yleensä puhetaiteen, yleisöpuheen (*public speaking*) sekä mediaesiintymisen konteksteissa. Näille kaikille tilanteille on yhteistä samojen esiintymistaitojen hyödyntäminen. Esiintymistaidot jaetaan usein pienempiin taitokokonaisuuksiin, mikä helpottaa ilmiön tarkastelua sekä tutkimista (Isotalus 1995, 84; Valkonen 2003, 41–44.)

Isotalus (1995, 90–94) jakaa esiintymistaidon käsitteen viiteen eri taitokokonaisuuteen. Nonverbaalin viestinnän kontrollointitaito sekä vuorovaikutustaidot määritellään tärkeimmiksi perusesiintymistaidoiksi. Nonverbaalisen viestinnän kontrollointitaitoon liitetään usein käsitteet tehokkuus ja tarkoituksenmukaisuus. Tarkoituksenmukaisuus voidaan ymmärtää viestinnän normien ja sääntöjen noudattamisena, kun taas tehokkuus on viestinnälle asetettujen tavoitteiden saavuttamista (Harviainen & Lyytikäinen 2000, 7–8). Hyvä esiintyjä osaa siis tulkita esiintymistilannetta sekä mukauttaa omaa nonverbaalista viestintäänsä tämän mukaan. Esimerkiksi televisioesiintyjän tulee ymmärtää, kuinka kamera vaikuttaa hänen nonverbaaliin ilmaisuunsa. Vuorovaikutustaidoilla tarkoitetaan puolestaan esiintyjän kykyä ottaa yleisönsä huomioon jo puhe-esitystä valmisteltaessa ja aihetta rajatessa, tulkita yleisöstä lähteviä sanomia sekä mukauttaa viestintäänsä näiden sanomien mukaan. Tärkeää on myös saada kuuntelijat motivoitumaan seuraamaan esitystä. Videolla esiintyvä henkilö ei näe omaa yleisöään, mutta tästä seikasta huolimatta esiintyjän tulee tiedostaa videon näkymätön yleisö, jonka mukaan esiintyjän tulee esitystään mukauttaa. Isotaluksen (1995, 90–94) mukaan esiintyjä tarvitsee näitä kahta perusesiintymistaitoa aina esiintymistilanteen luonteesta riippumatta. Esiintymisen onnistuminen tai epäonnistuminen on riippuvainen perusesiintymistaitojen hallitsemisesta esiintymistilanteesta.

Muita perusesiintymistaitoja ovat valmistautumisen häivyttämistaidot, taito sietää esiintymisjännitystä sekä esiintymistilanteen aiheuttamaa epävarmuutta sekä vaikutelman hallintataidot (Isotalus 1995, 94). Menzelin ja Carrelin (1994, 23) mukaan hyvä valmistautuminen vaikuttaa myös puhe-esityksen onnistumiseen positiivisesti. Isotalus (1995, 90) kuitenkin korostaa, että valmistautumisesta huolimatta esiintyjä tarvitsee taitoa osata reagoida mahdollisesti yllättäviinkin tilanteisiin, joita esityksen aikana saattaa ilmentua. Puhujan täytyy olla esimerkiksi valmistautunut siihen, että kuulija saattaa keskeyttää puhujan kysyäkseen kysymyksen. Tämän vuoksi on perusteltua puhua valmistautumisen häivyttämistaidoista. Videovälitteisesti esiintyvän ei tarvitse pelätä keskeytystä, mutta tästä huolimatta, myös videolla valmistautumisen häivyttämistaito on oleellinen. Esimerkiksi esiintyjän sanoma saatetaan tulkita vakuuttavammaksi, mikäli hän ei lue asiaansa suoraan paperilta, vaan pystyy säilyttämään katsekontaktin kameraan. Tärkeää on myös ymmärtää, että esiintymisjännitys liittyy esiintymistilanteeseen hyvin usein. Olennaista on kuitenkin hyväksyä ja sietää esiintymisjännitystä, ja kääntää vireytyminen pikemminkin voimavaraksi. Videolla esiintyvän on

oletettavasi hieman helpompi tarkkailla oman jännityksensä näkymistä katsomalla oma esiintymisensä videolta ja tarpeen tullen kuvata video uudelleen. Viidettä perusesiintymistaitoa eli vaikutelman hallintaa ollaan käsitelty jo aiemmin omassa luvussaan 2.1.2.

2.2.2 Viestintäosaaminen ammattiosaamisen osa-alueena

Kostiainen (2003) pohtii väitöskirjassaan ammattiosaamisen ja viestintäosaamisen käsitteiden suhdetta toisiinsa. Ammattiosaaminen koostuu tiedon, taidon ja ominaisuuksien osa-alueista. Hänen mukaansa viestintäosaaminen nähdään usein yhtenä, joskin hieman erillisenä, ammattiosaamisen alueena, joka luokitellaan usein yleis- tai avaintaidoiksi, ei niinkään ydinosaamiseksi. (Kostiainen 2003, 30–31, 135–136.)

Noin kymmenessä vuodessa tapahtunut muutos viestintäosaamisen arvostuksen kasvussa työelämässä on ollut kuitenkin merkittävä. Kaihovirta-Rapon (2014, 44) puheenvuoron mukaan viestintäosaaminen on jo yksi merkittävimmistä taitokokonaisuuksista sekä työelämässä että työnhaussa. Waldeckin ym. (2012) artikkeli tukee ajatusta viestintäosaamisen osa-alueiden painopisteiden muuttumisesta. Uudistuneen työelämän tarpeisiin luotu uusi jaottelu pitää sisällään kuusi osaamisaluetta, jotka poikkeavat puheviestintäosaamisen perinteisestä jaottelusta jonkin verran. Nämä uudet osaamisalueet ovat (1) interpersonaalinen viestintä ja ihmissuhdeosaaminen (*relationship and interpersonal communication*), (2) medioituun viestintään liittyvä osaaminen (*mediated communication*) (3) ryhmäviestintäosaaminen (*intergroup communication*) (4) innostuksen, luovuuden ja sisäisen yrittäjyyden viestiminen (*ability to communicate enthusiasm, creativity, and an entrepreneurial spirit*) (5) nonverbaalin viestinnän taidot (*nonverbal communication*) sekä (6) puhumisen ja kuuntelemisen taidot (*speaking and listening*). (Kaihovirta-Rapo 2014, 44–45; Waldeck ym. 2012.)

Tämän tutkielman kannalta huomionarvoista ylläesitetyssä jaottelussa on erityisesti medioituun viestintään liittyvä osaaminen sekä innostuksen, luovuuden ja sisäisen yrittäjyyden viestiminen. Videotyöhakemus työnhaun välineenä itsessään viestii jo työnantajalle hakijalla olevan sellaisia medioituun viestintään liittyviä taitoja, mitä mahdollisesti hakija myös työtä tehdessä tarvitsee.

Toisekseen innostuksen, luovuuden sekä sisäisen yrittäjyyden viestiminen jo työtä haettaessa helpottuu videotyöhakemuksella. Verrattuna kirjalliseen työhakemukseen videotyöhakemus mahdollistaa rikkaamman ilmaisun ja tätä myötä myös innostuksen, luovuuden sekä sisäisen yrittäjyyden viestiminen on helpompaa.

Viestintäosaamisen merkitystä oman ammattiosaamisen markkinoinnin välineenä ei tule aliarvioida tai vähätellä. Taitava viestijä pystyy vakuuttamaan kuulijansa omasta ammattitaidostaan sekä -osaamisestaan. Viestintäosaamisella on merkitystä erityisesti työhaastattelutilanteessa. Työhaastattelutilanne on usein seurausta hyvän ansioluettelon ja hakukirjeen laatimisesta ja itse haastattelutilanteessa tavoitteena on vakuuttaa haastattelija omasta pätevyydestä nimenomaan viestinnällisten taitojen avulla.

2.3 Video viestinnän välineenä

2.3.1 Videoesiintyminen vuorovaikutustilanteena

Videoesiintymisestä ei suoranaisesti juurikaan ole aiempaa tutkimusta puheviestinnän kentällä. Aiempi tutkimus on keskittynyt suurelta osin esimerkiksi televisio- ja radioesiintymiseen (ks. esim. Isotalus 1996; Seiter ym. 2009; Valo 1994). Media viestinnän kontekstina erottaa kuitenkin tämän tutkielman aiheen ja televisioesiintymisen toisistaan, eikä niitä sen vuoksi voida täysin pitää samankaltaisina ilmiöinä. Vertaamalla televisioesiintymistä sekä videolla esiintymistä toisiinsa voidaan videoesiintymistä kuitenkin määritellä paremmin.

Televisioesiintymiselle ominaiset interaktiiviset piirteet ovat melko samalla tavalla hyödynnettävissä myös videoesiintymisessä. Isotaluksen (1996, 155) mukaan televisioesiintymisen interaktiiviset piirteet ovat *”kameraan katsominen, katsojien puhuttelut persoonapronomineilla, katsojien nimeäminen, katsojien tervehtiminen, katsojille suunnatut eleet, interaktion korvaavat puheenvuorot ja toistuvuuteen viittaaminen”*. Näitä interaktiivisia piirteitä on mahdollista hyödyntää myös yleisesti muussa videoesiintymisen konteksteissa. Näitä

keinoja käyttämällä esiintyjä pyrkii simuloimaan vuorovaikutusta, jonka ei ole mahdollista olla reaaliaikaista, eikä esiintymisestä ole mahdollista saada suoraan palautetta.

Televisioesiintyminen on rajoittunut viestintätilanne, jossa kamera esimerkiksi rajaa usein televisioesiintyjän alavartalon kuvaruudun ulkopuolelle korostaen samalla kasvoja ja kasvojen ilmeitä (Isotalus 2000, 156–157). Nonverbaalin viestinnän merkitys televisioesiintymisessä on hyvin korostunut. Tämän vuoksi katsojalla saattaa toisinaan olla jopa vaikeuksia sisäistää televisioesiintyjän sanomaa (Hellweg, Pfau & Brydon 1992, Isotaluksen 2000, 157 mukaan). Näitä kaikkia yllämainittuja televisioesiintymisen piirteitä voidaan soveltaa myös tämän tutkielman kontekstiin.

2.3.2 Videotyöhakemus ja videohaastattelu

Videoitu työhakemus on viime aikoina kasvattanut hiljalleen suosiotaan myös Suomessa (ks. Kupila, 2014). Videoidulla työhakemuksella tai videotyöhakemuksella tarkoitetaan tässä tutkielmassa videota, jolla työnhakija lyhyesti esittelee itsensä. Sen rinnalla on mahdollista käyttää, ja usein käytetäänkin, kirjallista ansioluetteloa, jonka avulla työnhakija kykenee antamaan itsestään yksityiskohtaisempaa tietoa esimerkiksi aiemmasta työkokemuksestaan. Tämän lisäksi myös perinteistä kirjallista työhakemusta voidaan käyttää yhdessä videotyöhakemuksen kanssa. Videotyöhakemusta voidaan hyödyntää rekrytoinnin eri vaiheissa, esimerkiksi työnhakijan ensiesittelynä tai vasta sen jälkeen, kun osa työnhakijoista on jo karsiutunut pois rekrytointiprosessista. Videotyöhakemus voi myös joissakin tapauksissa toimia keinona erottua muista hakijoista, sillä se on vielä melko uusi työnhakumuoto.

Videotyöhakemus ei ole rinnasteinen kasvokkain tapahtuvan työhaastattelun kanssa, vaan sen tarkoituksena on parantaa mahdollisuuksia päästä työhaastatteluun. Aiemmin työhaastattelu on toiminut haastattelijalle ensimmäisenä tilaisuutena tavata työnhakija ja vaihtaa informaatiota sekä tutustua työnhakijan ominaisuuksiin ja osaamiseen (Conn 2009, 52; Toivainen 2012, 5). Videotyöhakemus on kuitenkin muuttanut tätä asetelmaa, sillä työnantajalla on mahdollisuus muodostaa työnhakijasta puhujanarviointi jo ennen varsinaista kasvokkain tapahtuvaa

ensikohtaamista (vrt. Valo 1994, 41). Vuorovaikutuksen kannalta keskeistä on se, että paperiseen työhakemukseen verrattuna videotyöhakemus on ilmaisukeinoiltaan rikkaampi työnhakumuoto (Waung, Hymes & Beatty 2014, 238–239).

Kuten tavallinen työhaastattelutilanne, myös videotyöhakemus voidaan määritellä melko strukturoiduksi viestintätilanteeksi. Vaikka ohjeistus videotyöhakemuksen tekoon ei olekaan vielä muotoutunut yhtenäiseksi, rekrytoijilla on melko selkeät odotukset ja standardit, jonka mukaan he videotyöhakemuksia havainnoivat ja arvioivat. Videotyöhakemuksen luonteen vuoksi nämä odotukset ja standardit eivät kuitenkaan oletettavasti ole samanlaisia kuin kasvokkain tapahtuvassa työhaastattelussa.

Videotyöhakemuksesta tai videoidusta työhakemuksesta voidaan käyttää myös esimerkiksi video-CV, videohakemus tai videosittely -nimityksiä. Videosittely, video-CV- ja videohakemus -termit eivät mielestäni kuitenkaan kuvaa ilmiötä niin hyvin kuin videotyöhakemus. Video-CV kuvaa videotyöhakemusta perinteisen ansioluettelon korvaavana työkaluna, mitä se ei kuitenkaan ole. Videohakemus ja videosittely eivät termeinä puolestaan rajaa ilmiötä tarpeeksi, sillä työ-sanalla jäädessä pois kyseessä voisi olla hakemus mihin tahansa tehtävään. Käsittelen kuitenkin tutkimuksessani videotyöhakemusta nimenomaan työnhakuvälineenä. Käsitteiden paljous voi olla viite siitä, että ilmiön vakiintumisen Suomeen ollessa vielä kesken, ei ilmiöstäkään ole vielä selvästi hahmotettavaa ja vakiintunutta käsitettä.

Viime vuosina jalansijaa Suomessa on lisäksi kasvattanut rekrytoinneissa apuna käytettävä videohaastattelutyökalu. Videohaastattelutyökalun avulla rekrytoijat voivat ensiksi esittää kysymyksiä työnhakijoille kuvaamalla omat kysymyksensä videolle. Videoita voidaan kuvata useita, esimerkiksi niin, että yhdellä videolla rekrytoija esittää vain yhden kysymyksen. Kysymykset saatuaan työnhakija kuvaa omat vastauksensa yhdelle tai useammalle videolle. Tällaisessa tilanteessa hakijan ei tarvitse jäsenellä vastaustaan niin paljon kuin tilanteessa, jossa kysymyksiä ei ole ennalta asetettu ja työnhakija saa itse päättää asiat, joita hän videolla itsestään kertoo. Lisäksi rekrytoijan osuus prosessissa kasvaa, ja hakijan on entistä helpompaa kohdistaa viestinsä henkilölle, joka kysymykset on esittänyt.

Videohaastattelutyökalussa on nimensä mukaisesti paljon piirteitä perinteisestä kasvokkain tapahtuvasta työhaastattelusta. Kuitenkin, koska kyseessä ei ole reaaliaikainen vuorovaikutustilanne, tässä tutkimuksessa haastateltavien puhuessa videohaastatteluista, voidaan vastaukset rinnastaa videotyöhakemuksiin. Näihin kaikkiin eri muodossa oleviin videoihin viitataan kuitenkin tässä työssä käsitteellä *videotyöhakemus*.

Olennaista kaikille videotyöhakemuksille on usein se, että rekrytoija on jo ennen videotyöhakemuksen kuvaamista ohjeistanut työnhakijaa videotyöhakemuksen teossa tavalla tai toisella. Yleensä tämä tarkoittaa sitä, että rekrytoija on lähettänyt työnhakijalle listan kysymyksistä tai aihe-alueista, joihin työnhakijan halutaan vastaavan.

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

3.1 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Olisi naiivia ajatella, että maailman muuttuessa yhä enemmän teknologiavälitteisemmäksi, eivät työhaun muodot muuttuisi samalla. Esimerkiksi sosiaalisen median kautta rekrytointi sekä rekrytointirobotin käyttö rekrytointien välineenä ovat kasvavia trendejä, jotka saattavat mullistaa työhaun muotoja ja prosesseja. (ks. Veikkolainen 2013, Mustranta 2015). Videotyöhakemus on yksi uusi ilmiö muuttuvassa rekrytointimaailmassa. Puheviestinnän tutkimuskohteena se on hyvin kiinnostava, sillä videotyöhakemuksen käytön myötä viestintäosaamisen rooli rekrytointiprosessissa kasvaa huomattavasti.

Videotyöhakemusten hyödyntäminen tulevaisuudessa rekrytoinneissa ei kuitenkaan ole itsestäänselvyys. Koska ilmiö on vielä suhteellisen nuori, kohdistuu siihen ennakkoluuloja niin työnantajien kuin työnhakijoidenkin puolelta (ks. Kupila 2014). Työnhakijan näkökulmasta katsottuna ongelmallista on esimerkiksi se, millaisilla mittareilla videotyöhakemuksia arvioidaan. Tämän vuoksi tärkeää onkin selvittää, kuinka rekrytoijat erittelevät työnhakijan ominaisuuksia ja viestintää sekä niitä seikkoja, joihin rekrytoijat kiinnittävät erityisesti huomiota. Tutkielmani tutkimusongelma kuuluu seuraavasti:

Miten rekrytoijat arvioivat videotyöhakemuksia?

Valon (1994, 41) mukaan puhujaa havainnoidessa havainnoija ei tee tietoista eroa henkilön viestinnän ja muiden ulkoisten piirteiden välille. Tämän vuoksi tutkimusongelmaa onkin syytä lähestyä ensin varsin yleiseltä tasolta. Ensimmäinen tutkimuskysymys pyrkii selvittämään sitä, millaisiin hakijan yleisiin ominaisuuksiin videotyöhakemuksessa kiinnitetään huomiota.

K1 Millaisiin tekijöihin rekrytoijat kiinnittävät huomiota videotyöhakemuksessa?

Aiemman tutkimuksen mukaan rekrytoijan ja työnhakijan tavatessa kasvotusten rekrytoijat kiinnittävät huomiota erityisesti tiettyihin hakijan vaikutelman hallinnan keinoihin (ks. Delery ja Kacmar 1998, 1650–1651). Kyseiset vaikutelman hallinnan keinot voidaan nähdä tapahtuvan nimenomaan viestinnän kautta, sillä aiemmin kolme esiteltyä ja eniten käytettyä keinoa ovat kaikki verbaalisia. Puheviestinnän kannalta mielenkiintoista onkin selvittää, millaisiin viestinnällisiin, niin verbaalisiin kuin nonverbaalisiin piirteisiin rekrytoijat kiinnittävät videotyöhakemuksessa huomiota.

K2 Miten rekrytoijat arvioivat työnhakijan viestinnän piirteitä videotyöhakemuksessa?

Paperiseen työhakemukseen verrattaessa viestinnän merkitys korostuu videotyöhakemuksella. Videotyöhakemuksia tutkittaessa onkin erityisen mielenkiintoista selvittää, millaisia viestinnällisiä piirteitä ja keinoja rekrytoijat pitävät videotyöhakemukseen sopivina sekä kuinka he näitä piirteitä arvioivat. Kolmas tutkimuskysymys pyrkii myös selvittämään rekrytoijien ajatuksia kasvokkain tapahtuvan työhaastattelun sekä videotyöhakemuksen eroista ja yhteneväisyyksistä. Kolmannen tutkimuskysymyksen keskiössä on näiden kahden rekrytointiprosessin osa-alueen erot viestinnän näkökulmasta tarkasteltuna.

K3 Miten rekrytoijat vertaavat videotyöhakemusta ja kasvokkain tapahtuvaa työhaastattelua vuorovaikutuksen näkökulmasta?

Viimeinen tutkimuskysymys pyrkii selvittämään, millaisia ominaisuuksia videotyöhakemuksen tulee sisältää, jotta rekrytoijat arvioivat videotyöhakemuksen onnistuneeksi tai ansiokkaaksi. Kysymys on erityisen tärkeä siitä syystä, että ansiokas videotyöhakemus auttaa työnhakijaa etenemään rekrytointiprosessissa jopa varsinaiseen palkkaukseen asti. Tämä vaatii kuitenkin pelkän ansiokkaan videotyöhakemuksen lisäksi erottautumista muista työnhakijoista edukseen.

K4 Millainen on hyvä videotyöhakemus rekrytoijien näkökulmasta?

Neljannen tutkimuskysymyksen tarkoituksena on koota yhteen sellaisia konkreettisia asioita, joita työnhakijat voivat ottaa huomioon videotyöhakemusta työstäessään. Videotyöhakemuksen kuvaamisen avuksi on löydettävissä lukuisia ohjeistuksia, mutta varsinaista tutkimustietoa siitä, millaisia videotyöhakemuksia rekrytoijat pitävät hyvinä, ei vielä ole löydettävissä.

3.2 Menetelmä

Tämä tutkielma sijoittuu tieteenfilosofisilta lähtökohdiltaan fenomenologis-hermeneuttiseen kenttään. Tuomi ja Sarajärvi (2002, 35) määrittelevät Laineen (2001) ajatuksien mukaisesti fenomenologis-hermeneuttisen tutkimusperinteen tavoitteeksi *”käsitteellistää tutkittava ilmiö eli kokemuksen merkitys, tavoitteena on toisin sanoen tehdä jo tunnettu tiedetyksi”*. Teoreettinen viitekehys luo tutkimukselle näkökulman, josta aineistoa tarkastellaan (Alasuutari 2011, 79–81).

Tässä tutkielmassa korostuu erityisesti yhteisöllisyys tutkielman aineistonkeruutavan vuoksi, joka esitellään alempana. Hermeneuttisen ulottuvuuden tutkimukseen tuo käsite *esiymmärrys*, jolla tarkoitetaan tutkijan aiempaa ymmärrystä ja kokemusta tutkittavasta aiheesta. Toisin sanoen, mikä tahansa tutkittava aihe onkaan, tutkija ei milloinkaan aloita tutkimusprosessia täysin vailla aiempaa käsitystä tutkittavasta aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 35).

Tutkimus toteutettiin ryhmähaastatteluina. Ryhmähaastattelua menetelmänvalintana perustellaan alempana tarkemmin. Eskolan ja Suorannan (1998, 85) mukaan haastattelun tarkoituksena on selvittää haastateltavan asenteita tai käsityksiä tietyistä ilmiöistä. Ryhmähaastattelu on perusteltu aineistonkeruumenetelmä silloin, kun keskustelun arvioidaan tarjoavan haastatelluille enemmän virikkeitä kuin yksilöhaastattelun. Ryhmähaastattelu tarjoaa myös oletettavasti kattavammin erilaisia näkökulmia samaan asiaan. Ryhmähaastattelutilanne on oletettavasti hierarkkinen ja ryhmän yhteinen historia vaikuttaa myös haastattelutilanteen vuorovaikutukseen (Alasuutari 2011, 154).

Ryhmähaastattelu on saanut kritiikkiä siitä, että haastattelutilanne saattaa vaikeuttaa haastateltavia rehellisesti ilmaisemaan omia mielipiteitään tai kertomaan omista kokemuksistaan

(ks. Alasuutari 2011, 153–155). Kuitenkin riski siitä, että ryhmähaastattelu ennemminkin rajoittaisi kuin hedelmöittäisi keskustelua on kuitenkin tässä kontekstissa pieni. Tämän tutkielman tarkoituksena ei ole selvittää haastateltavien omia henkilökohtaisia kokemuksia, vaan ennemminkin yleisiä käsityksiä videotyöhakemuksista. Videotyöhakemus ei ilmiönä ole arkaluontoinen tai intiimi. Lisäksi haastateltavat toimivat myös haastattelutilanteessa asiantuntijan roolissa, eivät yksityishenkilöinä. Vaikka haastattelun ryhmän jäsenet olisivat toisilleen entuudestaan tuttuja tai edustaisivat esimerkiksi samaa organisaatiota, tässä tutkielmassa pyritään selvittämään haastateltavien omia, henkilökohtaisia käsityksiä videotyöhakemuksista, ei niinkään edustamansa yhteisön näkökantoja. Toisaalta ryhmähaastattelu saattaa helpottaa haasteltavan tilanteessa tuntemaa epävarmuutta, kun haastattelussa on mukana myös muita, haastateltavalle jo entuudestaan tuttuja henkilöitä.

Willis (1978) kuvailee ryhmähaastattelumenetelmän mahdollisuuksia seuraavalla tavalla: *”Tutkija jää ajoittain kysymyksineen sivuun ja ryhmän jäsenet alkavat kysellä asioita toisiltaan, pohtia ryhmälle ominaista suhtautumistapaa ja ehkä kiistellä tulkinnoista. Tällöin tutkijalla on mahdollisuus nähdä, kuulla ja eritellä sellaista, mikä ei yksilöhaastattelussa ole mahdollista--”*. (Alasuutarin 2011, 152 mukaan). Tällaisen tilanteen toteutuessa voidaan todeta, että ryhmähaastattelu tämän tutkielman menetelmävalintana on ollut onnistunut.

3.3 Haastateltavat ja aineiston keruu

Haastateltavia oli yhteensä kymmenen, joista yhdeksän naista ja yksi mies. Vastaajat olivat iältään 24–41 -vuotiaita ja heistä jokainen oli työskennellyt tehtävässään vähintään puoli vuotta. Haastateltavat työskentelivät rekrytoinnin tai työnhaun parissa joko yksityisellä sektorilla tai valtiosektorilla. Kaikki haastateltavat eivät työskennelleet varsinaisesti rekrytointien parissa, sillä osan työnkuvaan kuului muun muassa työnhaun kouluttaminen ja konsultointi. Myöhemmin tulosluvussa haastateltaviin viitataan kuitenkin epäselvyyksien välttämisen vuoksi yhdellä termillä *rekrytoija*.

Ryhmähaastatteluja toteutettiin yhteensä kolme. Yhden ryhmän jäsenet olivat aina saman työyhteisön jäseniä, toisin sanoen toistensa työtovereita. Vastaajista kaksi käytti videoita rekrytoinneissa säännöllisesti, muut vastaajat käyttivät videoita rekrytoinneissa apuna harvemmin tai ilmiö oli vain pintapuolisesti tuttu. Kaikki haastateltavat olivat kuitenkin jollain tavoin tutustuneet videotyöhakemuksiin työssään tai työn ulkopuolella.

Saman ryhmän jäsenet olivat toisilleen kaikki entuudestaan tuttuja, sillä saman ryhmän haastateltavat olivat saman työyhteisön tasavertaisia jäseniä. Eri ryhmien jäsenet eivät kuitenkaan tunteneet toisiaan, sillä haastateltavat edustivat kolmea eri työyhteisöä. Haastattelut toteutettiin haastateltavien työpaikoilla joulukuussa 2014 sekä tammikuussa 2015. Haastateltavien luvalla haastattelut kuvattiin. Haastattelut olivat kestoltaan vähintään yhden tunnin sekä 10 minuuttia ja pisimmillään yhden tunnin sekä 30 minuuttia. Yhteensä haastattelumateriaalia kerääntyi neljä tuntia ja 10 minuuttia.

Haastattelutilanteet rakentuivat niin, että haastateltaville näytettiin yhteensä kolme esimerkkivideotyöhakemusta, jonka jälkeen ryhmä keskusteli videotyöhakemuksista sekä ilmiöstä yleisemmin. Videotyöhakemusten tarkoituksena oli määritellä ja esitellä videotyöhakemuksia sekä antaa virikkeitä keskusteluun. Haastattelun apuna käytettiin teemahaastattelurunkoa (liite 1). Teemahaastattelurunko koostui kahdesta erillisestä osasta. Ensimmäisessä osassa haastateltavat katsoivat kolme esimerkkivideotyöhakemusta ja keskustelivat esimerkkivideotyöhakemuksista. Toisessa osassa keskusteltiin vielä yleisesti videotyöhakemuksista. Ensimmäisessä osassa videotyöhakemukset katsottiin yksi kerrallaan, jonka jälkeen samat teemat käytiin läpi (ks. liite 1). Videotyöhakemukset esitettiin aina kahteen kertaan. Videotyöhakemukset esitettiin jokaisessa ryhmähaastattelutilanteessa samassa järjestyksessä. Kaikissa haastatteluissa esitettiin samat teemahaastattelurungon kysymykset, joskin kysymysten järjestys saattoi vaihdella. Tässä tutkielmassa esimerkkivideotyöhakemuksissa esiintyvistä henkilöistä käytetään termiä *työnhakija*.

Tätä tutkielmaa varten tutkija sai käyttöönsä yhteensä 19 videotyöhakemusta, joista kolmea käytettiin tässä tutkielmassa. Videotyöhakemukset on kuvattu harjoitustyönä Tampereen yliopiston kurssilla, eikä niillä tutkijan tietojen mukaan ole haettu varsinaista työpaikkaa.

Tutkielmassa hyödynnettäviä videotyöhakemuksia valittaessa ensimmäisenä rajattiin pois videot, joilla esiintyi jonkinlaisia teknisiä ongelmia. Seuraavana tavoitteena oli valita videoita, jotka erosivat toisistaan sisällöllisesti esimerkiksi niin, että hakijoiden työkokemuksissa oli eroja. Tämän lisäksi kriteerinä oli, että esimerkkivideotyöhakemuksissa esiintyvät henkilöt edustivat eri ikäluokkia sekä sukupuolia. Näillä kriteereillä valikoituneista videotyöhakemuksista arvottiin kolme hakemusta, jotka haastattelutilanteessa näytettiin. Tällä pyrittiin rajaamaan tutkijan omien henkilökohtaisten mielipiteiden näkyminen videotyöhakemusten valinnassa. Kolme valittua videotyöhakemukset olivat kaikki kestoltaan noin minuutin mittaisia.

Eskolan ja Suorannan (1998, 52–53) mukaan tutkimuksen tekoon liittyy hyvin usein eettisiä kysymyksiä ja ongelmia, kuten aineiston keruuseen liittyvät eettiset ongelmat sekä tutkimuslupaan liittyvät kysymykset. Tässä tutkielmassa tutkimuksen tekoon liittyviä eettisiä kysymyksiä on ratkottu seuraavilla tavoilla. Videotyöhakemuksissa esiintyvien henkilöiden anonymiteetin suojelemiseksi haastateltavia pyydettiin osaltaan suojelemaan videolla esiintyvien henkilöiden anonymiteettia. Lisäksi haastattelutilanteessa näytettyjen videotyöhakemusten käyttöön pyydettiin lupa videotyöhakemusten tekijöiltä (liite 2). Videotyöhakemusten tekijöiden anonymiteetin säilyttämiseksi videotyöhakemuksia ei tässä tutkielmassa kuvailla yksityiskohtaisesti. Videotyöhakemusten tekijöistä ei tässä tutkielmassa kerrota muita tietoja, kuin että he ovat kaikki täysi-ikäisiä korkeakouluopiskelijoita. Lisäksi ryhmähaastattelut toteutettiin anonymisti ja tutkielman tulokset on pyritty kirjaamaan niin, ettei niistä voida päätellä haastateltavien henkilötietoja. Tämän tutkielman vuoksi kerätty haastattelumateriaali sekä käyttöön saadut esimerkkivideotyöhakemukset hävitetään asiaankuuluvasti tämän tutkielman valmistuttua.

3.4 Aineiston analyysi

Tässä tutkielmassa aineiston analyysissa sovellettiin aineistolähtöistä sisällönanalyysia. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi voidaan karkeasti jakaa kolmeen toisiaan seuraavaan vaiheeseen. Ensimmäisessä vaiheessa (1) aineisto redusoidaan eli pelkistetään, toisessa (2)

klusteroidaan eli ryhmitellään sekä kolmannessa (3) abstraktoidaan eli aineistosta luodaan teoreettisia käsitteitä. (Miles & Huberman 1994, Tuomen & Sarajärven 2002, 108–113 mukaan.) Alla on kuvattu ne analyysin vaiheet, jotka tässä tutkielmassa on toteutettu.

Haastattelut litteroitiin sanatarkkuudella, litterointiin haasteltavat nimettiin merkeillä H1–H10. Litteroiduista haastatteluista saadun materiaalin avulla aineistoon syventymistä jatkettiin teemoittamalla materiaalia tutkimusongelmaa ja -kysymyksiä, teemahaastattelurunkoa ja teoriataustaa apuna käyttäen. Alustavan teemoittelun jälkeen litterointeihin merkittiin kohdat, joista alkoi muodostumaan teemoja. Lisäksi muistiin merkittiin myös sellaiset kohdat, jotka olivat yleisesti kiinnostavia, mutta eivät sopineet mihinkään edellä mainituista kategorioista. Tämän jälkeen vielä erikseen käytiin läpi juuri nämä kohdat tutkien, löytyisikö niistä jotain yhteneväisyyksiä tai uusia, teoriapohjasta eroavia havaintoja.

Aineiston järjestelmällinen analyysi tuotti seuraavat teemat, joiden mukaan tulosluku on järjestetty:

- *Vaikutelma ja vaikutelman muodostuminen*
- *Hakijan verbaalinen ja nonverbaalinen viestintä*
- *Kohdentaminen*
- *Jännittäminen*
- *Työnhakijan valmistautuminen sekä valmistautumisen häivytytys*
- *Työnhakijan motivaatio*
- *Erottuminen muista työnhakijoista*

Näiden teemojen lisäksi aineistosta erotettiin videotyönhakemuksen määrittelyä ja ilmiön rajausta koskevat kohdat, joita käsitellään tulosluvun alussa.

4 TULOKSET

Haastattelut voidaan aihealueiltaan jakaa karkeasti kahteen erilliseen osaan, jossa ensimmäisessä haastateltavat arvioivat heille näytettyjä videotyöhakemuksia. Toisessa osassa puhuttiin videotyöhakemuksista yleisesti. Näitä osia käsitellään tässä luvussa kuitenkin rinnakkain, sillä haastattelutilanteissa haastateltavat puhuivat esimerkkivideotyöhakemuksista ja videotyöhakemuksista yleisesti limittäin. Tulosluvun alaluvut on jaoteltu analyysissa esiin nousseiden teemojen mukaan.

Luku 4.1 käsittelee haastateltavien käsityksiä videotyöhakemuksesta osana rekrytointiprosessia sekä videotyöhakemuksen suhdetta kirjalliseen työhakemukseen ja kasvokkain tapahtuvaan työhaastatteluun. Suhdetta pohdittiin haastatteluissa omana kysymyksenään, mutta tämän lisäksi haastateltavat peilasivat videotyöhakemuksia näihin kahteen työnhaun osaan jatkuvasti läpi haastattelujen.

4.1 Tutkittavan ilmiön määrittely ja rajaus

4.1.1 Haastateltavien aiemmat kokemukset videotyöhakemuksista

Tässä luvussa raportoidaan haastateltavien yleisiä käsityksiä videotyöhakemuksesta ilmiönä sekä muita videotyöhakemukseen rekrytoijien työn kannalta liittyviä seikkoja. Alussa on myös tarpeen selvittää, millaisia kokemuksia rekrytoijilla oli ennen haastattelua ollut videotyöhakemuksista. Haastateltavien mukaan videotyöhakemus on tullut uutena lisänä rekrytointiprosesseihin, jonka vuoksi haastatteluissa selvitettiin myös videotyöhakemuksen sijaa osana rekrytoijien työtä.

Haastateltavat olivat hyödyntäneet videotyöhakemuksia sekä korkeamman tason asiantuntijarekrytoinneissa että matalamman tason rekrytoinneissa. Heidän mukaansa erityisen

tarpeellinen työkalu videotyöhakemus on esimerkiksi asiakaspalvelualan, myynnin tai viestinnän ammattilaisia rekrytoitaessa. Haastateltavien mielestä videotyöhakemus on oiva apuväline rekrytoida työntekijöitä, joilla tulee työssään olla erityisen hyvät viestintä- ja vuorovaikutustaidot.

Haastateltavien kokemusten mukaan videotyöhakemus ei ainakaan vielä ole korvannut kokonaan mitään perinteistä rekrytointiprosessiin osaa, vaan ennemminkin tullut rekrytointeihin uutena lisänä. Vaikka rekrytoijan työvaiheet ovat videotyöhakemusten käytön yleistyttyä lisääntyneet, videotyöhakemusten ajateltiin kuitenkin helpottavan rekrytoijan työtä. Yleensä videotyöhakemuksia käytetään rekrytointiprosessissa ennen rekrytoijan ja työnhakijan tapaamista kasvokkain. Tässä vaiheessa rekrytointiprosessia käytettynä videotyöhakemus toimii hakijamäärän rajaamiseen ennen varsinaista kasvokkain tapahtuvaa haastattelua, eivätkä näin ollen ainakaan ajallisesti välttämättä kasvata rekrytoijan työtaakkaa. Haastateltavat eivät nostaneet esille odotuksia siitä, että videotyöhakemus tulisi tulevaisuudessa korvaamaan kokonaan jotakin rekrytointiprosessin osaa.

Rekrytoijilla oli kokemuksia myös siitä, että videotyöhakemus lähetetään ensimmäisellä yhteydenottokerralla työnantajalle. Mikäli videotyöhakemuksen tekoa pyydettiin hakijalta jo heti alussa, tämä saattoi rajata työnhakijoita tilanteessa, jossa hakijoita olisi esimerkiksi satoja. Yksi haastateltavista toikin esille videotyöhakemuksen muunneltavuuden tarpeiden mukaan erilaisissa rekrytointitilanteissa.

H6: Ja mä aattelen et joko se on äänen ja kuvan kanssa cv elikkä tällanen video-cv tai sit se voi olla tavallaan strukturoitu työhaastattelu johon se hakija sitten äänittää, tai siis kuvaa, mitä ikinä vastaukset annettuihin kysymyksiin.

Työnhakija voi niin halutessaan lähettämään videotyöhakemuksen työnantajalle myös ilman, että siitä erityisesti työpaikkailmoituksessa mainitaan. Haastateltavat suhtautuivat kuitenkin jokseenkin kriittisesti siihen, että työnhakija lähettäisi rekrytoijalle videotyöhakemuksen omaaloitteisesti. Tämä ei haastateltavien mukaan antaisi videotyöhakemukselle lisäarvoa. Haastateltavat eivät myöskään nähneet sitä positiivisena keinona erottua muista työnhakijoista.

4.1.2 Videotyöhakemuksen suhde kasvokkain tapahtuvaan työhaastatteluun

Verratessaan videotyöhakemusta kasvokkain tapahtuvaan työhaastatteluun, haastateltavat keskustelivat erityisesti nonverbaalisen viestinnän tarkkailusta, hakijasta syntyvän vaikutelman muuttumisesta, jännittämisestä sekä valmistautumisajasta. Haastateltavien omien havaintojen mukaan työnhakijan nonverbaalista viestintää tarkkailtiin enemmän kuin kasvokkain tapahtuvassa työhaastattelussa. Toiseksi teemaksi nousi työnhakijan vaikutelman muuttuminen videotyöhakemuksen katselukertojen välillä. Haastateltavat korostivat, että toisin kuin videotyöhakemuksessa kasvokkain tapahtuvassa työhaastattelutilanteessa vaikutelma syntyi vain kerran eikä muuttunut tämän jälkeen. Kolmantena teemana esiin nousi työnhakijan jännittäminen. Keskusteluissa pohdittiin paljon sitä, miksi osa työnhakijoista tuntuu jännittävän videotyöhakemuksen tekoa enemmän kuin kasvokkain tapahtuvaa työhaastattelua. Neljäntenä teemana haastateltavat nostivat esiin työnhakijan pidemmän valmistautumisajan suhteessa kasvokkain tapahtuvaan työhaastatteluun. Näitä kaikkia teemoja käsitellään vielä jäljempänä laajemmin, mutta tämän luvun tarkoituksena on hahmottaa kyseisiä teemoja vertaamalla niitä kasvokkain tapahtuvaan työhaastatteluun.

Haastateltavien mukaan työhaastattelutilanteessa rekrytoijan tarve olla itse enemmän läsnä ja osallisena vuorovaikutustilanteessa verrattuna videotyöhakemuksen passiivisempaan katsomiseen mahdollistaa videotyöhakemuksia katsoessa rekrytoijan tarkkailla työnhakijaa eri tavalla. Haastateltavien mielestä he kiinnittivät videossa enemmän huomiota työnhakijan nonverbaaliseen viestintään kuin kasvokkain tapahtuvassa työhaastattelussa. Yksi haastateltavista kertoi kiinnittävänsä videolla enemmän huomiota ilmeisiin ja eleisiin kuin varsinaisessa työhaastattelussa.

H1: Ei ku mä aloin miettiä kun noi mikroilmeet on mielenkiitosii et ei sitä haastattelussa kato.

Vaikutelman muodostumisen prosessi videotyöhakemuksessa oli haastateltavien mukaan erilainen verrattuna kasvokkain tapahtuvaan työhaastatteluun. Vaikka varsinainen ensivaikutelma syntyy ainoastaan kerran, haastateltavat sanoivat, että mikäli videon katsoi useaan eri otteeseen, hakijasta syntyvä vaikutelma saattoi muuttua katselukertojen välissä. Vaikutelma saattaa toki muuttua myös työhaastattelun kuluessa, mutta ominaista videotyöhakemukselle on se, että vaikutelma muuttui samaa nauhaa uudelleen katsottaessa. Eräs haastateltavista kuvasi seuraavalla tavalla hakijasta syntynyttä vaikutelmaa toisen katselukerran jälkeen:

H5: No joo en tiedä, mut ehkä vielä vähemmän tuli vakuuttava olo toisella kerralla.

Työnhakijalla on rajaton mahdollisuus kuvata videotyöhakemus uusiksi monta kertaa, kun taas kasvokkain tapahtuvassa työhaastattelussa virheitään ei ole mahdollista korjata. Vaikka haastateltavat ymmärsivät ja suhtautuivat suopeasti esimerkiksi jännityksen näkymiseen, eivätkä pitäneet sitä juurikaan haitallisena, heidän mielestään mahdollisuus kuvata video uudestaan monta kertaa nostaa rimaa ”onnistua” videotyöhakemuksen teossa. Yksi haastateltavista pohti, että videotyöhakemuksella jännittäminen saattaa johtua vielä osin työnhakijan kokemuksen puutteesta kuin siitä, että se vuorovaikutustilanteena olisi haastavampi.

H9: Monet jännittää sitä aluks tosi paljon, ja monet jännittää sitä paljon enemmän kun normaalia haastattelua et se ei oo vielä niin yleinen. Et sen huomaa hakijoissa et monet on tosi jäykkiä et ei uskalla hymyillä ja jotkut lukee paperista siinä ja on erilaisia.

Jännityksestä ja sen näkymisestä videotyöhakemuksella ja työhaastattelussa esiin nousi myös vertailu käytettävissä olevasta valmistautumisajasta. Työhaastattelutilanteeseen ei kysymysten ennakoimisesta huolimatta täysin voi valmistua etukäteen, sillä tilanteen luonteeseen liittyy myös tietty yllätyksellisyys. Haastateltavien mielestä tällaista yllätyksellisyyttä ei ole mahdollista videotyöhakemuksen tekemiseen saada, vaan työnhakijalla on aina mahdollisuus valmistautua huolella videon kuvaamiseen.

H8: (--) kyllä sitä eroo vois tulla jo aika paljonkin normaalihaastattelusta niinku molempiin suuntiin että tavallaan siinä on sit se että joku voi pystyy liiankin hyvin valmistautuun siihen.

Myös teoriaosuudessa kuvattua videohaastattelutyökalua käytettäessä haastateltavien mukaan suurimpana erona kasvokkain tapahtuvaan haastatteluun verrattuna on juurikin hakijan aika valmistautua esitettyihin kysymyksiin. Kuitenkin, osa haastateltavista kertoi huomioineensa videotyöhakemuksella esiintyvien työnhakijoiden jännittävän enemmän kuin kasvokkain tapahtuvassa työhaastattelutilanteessa.

4.1.3 Videotyöhakemuksen suhde kirjalliseen työhakemukseen

Peilattaessaan videotyöhakemusta kirjalliseen työhakemukseen haastateltavat toivat esille sekä videotyöhakemuksen positiivisia että negatiivisia piirteitä. Haastateltavien mielestä videotyöhakemus mahdollistaa työntekijän taitojen havainnollistamisen paremmin kuin paperinen työhakemus. Tällaisia taitoja ovat muun muassa vuorovaikutustaidot sekä kielitaito. Työnhakijan mahdollisuus tuoda persoonaa esiin enemmän kuin paperisella hakemuksella nähtiin hyvin positiivisena piirteenä.

Haastateltavat vertasivat useaan eri otteeseen videotyöhakemusten ja kirjallisten työhakemusten ongelmia toisiinsa, sillä useasti esiintyvät ongelmat olivat näissä molemmissa melko samanlaisia. Haastateltavien mielestä sekä videotyöhakemuksella että kirjallisessa hakemuksessa on melko helppoa olla perustelematta väitteitään tarpeeksi. Verrattaessa kirjalliseen työhakemukseen haastateltavat laskivat videotyöhakemuksen ansioksi toisaalta sen, että videolla oman persoonan esiintuominen on huomattavasti helpompaa. Tästä syystä haastateltavien mielestä työnhakijan tulisi hahmottaa videotyöhakemuksen potentiaali tässä suhteessa, eikä vain toistaa samoja asioita kuin paperisessa hakemuksessa.

H3: Niin ja just kun toi on tosi hyvä mahdollisuus päästä näyttämään sun persoonaa, et kun tosi monessa sanotaan nykyään että asenne ratkasee tai jotain tällasta niin tossahan se siis tulee.

Haastateltavat toivat esille työnantajan vastuun videotyöhakemusten tarkoituksenmukaisesta käytöstä. Tämä tarkoitti käytännössä sitä, että työnantajan tulisi ohjeistaa työnhakijaa jollakin tapaa videotyöhakemuksen teossa. Koska videotyöhakemuksen ja kirjallisen työhakemuksen funktio rekrytointeissa on melko samanlainen, esitettiin myös kriittisiä näkemyksiä siitä, että

videotyöhakemus toisi mitään lisähyötyä työnhakijalle tai työnantajalle. Eräs haastateltavista pohti sitä, mitä lisähyötyä videotyöhakemuksesta on suhteessa kirjalliseen ansioluetteloon:

H2: (--varmaan yritysten kannattaa miettiä mitä lisäarvoa ne kokee et tästä on koska jos ne haluaa vaan jonkun vapaamuotoisen esittelyn niin mitä ne saa siitä. Jotenkin ainakin itelle tulee se mieleen että koska sä et voi sitoo mihinkään valintoihin mitään sukupuolta tai mihinkään etnisyyteen tai mihinkään tällaseen et kuinka reiluja nää sit loppujen lopuksi on. Et mä ainakin haluaisin tietää et mikä sillä yrityksellä on takana kun se tekee näitä.

Haastateltavien mielestä työnhakijat, joiden kirjallinen ilmaisu on keskivertoa huonompaa, hyötyvät videotyöhakemusten teosta, jolloin he voivat paremmin ilmaista itseään. Eräs haastateltavista kertoi kuulleensa tapauksista, jossa asiakaspalvelutehtäviin ei saatu kirjallisten työhakemusten perusteella työtehtäviin sopivia hakijoita. Kyseisessä rekrytoinnissa videotyöhakemusten perusteella sopivia työntekijöitä oli kuitenkin löydetty.

4.2 Työnhakijasta syntyvän vaikutelman muodostuminen

Puhuttaessa esimerkkipideotyöhakemusten hakijoista syntyvästä vaikutelmasta toistuvasti esiin nousevia määritteleviä termejä olivat muun muassa reippaus, luonnollisuus, uskottavuus, kiltteys ja rauhallisuus. Vaikutelman syntyyn vaikuttavia tekijöitä olivat haastateltavien mukaan esimerkiksi katsekontaktin intensiivisyys, hymy sekä puhenopeus. Työnhakijan synnyttämästä luonnollisesta vaikutelmasta puhuttaessa haastateltavat kertoivat, että luonnollisuuteen vaikutti muun muassa se, ettei puhe ollut ulkoa opetellun kuuloinen eikä hakijan esiintymisestä käynyt ilmi jännitys. Luonnollisuus vaikutelmaa kuvavana tekijänä nousi keskeiseen rooliin keskusteluissa, sillä luonnollisen vaikutelman synnyllä nähtiin olevan suuri vaikutus myös siihen, että työnhakijalla olisi mahdollisuus saada työpaikka, johon hän todella sopii.

Työnhakija voi tehdä ensivaikutelman rekrytoijaan vain kerran, mutta toisaalta rekrytoijalla on mahdollisuus katsoa video niin monta kertaa kuin hän haluaa. Haastatteluiden aikana haastateltavat näkivät jokaisen videotyöhakemuksen kahteen otteeseen. Kävi ilmi, että

haastateltavien mielestä hakijasta ensimmäisellä kerralla syntynyt vaikutelma muuttui jonkin verran toisella katselukerralla.

H7: Tää on hassu tää toinen kerta, tää tuo aina vähän sellasen toisenlaisen kuvan kun ekalla kerralla.

Yhdeksi rekrytointiprosessin osaksi voidaan haastatteluiden perusteella laskea myös rekrytoijan puhelinkeskustelu hakijan kanssa. Verrattaessa videotyöhakemuksesta työnhakijan syntyvää vaikutelmaa, haastateltavat pitivät puhelinkeskustelua luotettavampana tapana saada hakijasta oikeanlainen kuva. Yleinen käsitys haastateltavien keskuudessa oli myös se, että videotyöhakemuksella ”väärän” vaikutelman syntyminen on mahdollista ja jopa todennäköisempää kuin kasvokkain tapahtuvassa työhaastattelussa. Haastateltavien mielestä heillä ei ollut tarpeeksi keinoja tunnistaa hakijasta syntyvää mahdollista virheellistä vaikutelmaa kuin vasta tavatessa kasvokkain tai puhelimesta puhuttaessa.

H6: Ja sit ite vaan jäi miettimään sitä että se on muuten jännä hakemuksessa et jos me oltais keskusteltu puhelimesta niin tää olis näyttäytynyt varmaan aika erilaiselta et sit oisin aatellut että onpas rauhallinen hakija ja tosi tällanen... koska se olis tauottunut eri tavalla, ei hän olis pitänyt sitä monologia siinä kohdassa.

Mikäli hakijan puhe ja ulkoinen olemus olivat jollakin tavoin ristiriidassa, haastateltavat eivät pitäneet hakijan vaikutelmaa uskottavana. Tällainen ristiriita saattoi syntyä esimerkiksi siitä, että hakija piti tauon haastateltavien mielestä väärässä kohdassa. Uskottavuuden puute saattoi haastateltavien mielestä johtua myös esimerkiksi liiallisesta kiltteyden vaikutelmasta, vaikka kiltteys vaikutelmaa kuvaavana asiana sinällään miellettiin positiiviseksi.

Esimerkkivideotyöhakemuksista saadut vaikutelmat eivät olleet aina yhteneviä ryhmien välillä, kun taas ryhmän jäsenten mielipiteet vaikutelmasta olivat melko pitkälti samanlaisia. Erityisesti yhden esitetyn esimerkkivideotyöhakemuksen kohdalla haastateltavien ajatukset erosivat toisistaan. Siinä missä eräs ryhmistä luonnehti melko yhtenevästi työnhakijaa hyvällä itseluottamuksella varustetuksi, toinen ryhmistä piti työnhakijaa epävarmana. Ensimmäisen ryhmän mielestä luotettavan vaikutelman syntyyn vaikutti erityisesti työnhakijan hymy ja vetoava lopetus, kun taas toinen ryhmä kertoi työnhakijasta syntyvän epävarman vaikutelman

syntyyn vaikuttavan puheen painotus ja katseen suunta, joka ei koko ajan ollut suuntautunut kameraan.

4.3 Viestintä videotyöhakemuksessa

4.3.1 Verbaalinen viestintä videotyöhakemuksessa

Verbaalisesta viestinnästä puhuttaessa arviot voidaan jakaa kolmeen pääluokkaan; hyviin aihealueisiin, huonoihin aihealueisiin ja puuttuviin aihealueisiin. Lisäksi haastateltavat kiinnittivät paljon huomiota argumentoinnin laatuun.

Haastateltavat arvottivat hyviksi videotyöhakemuksen aihealueiksi muun muassa omasta työkokemuksesta, kielitaidosta sekä harrastuksista kertomisen. Ansiokasta haastateltavien mielestä oli myös se, mikäli hakija osasi kertoa omista tavoitteistaan sekä tulevaisuudensuunnitelmistaan. Lisäksi kaikki erityiset seikat, kuten vaikka persoonaan liittyvät asiat, joita työnhakija kertoi itsestään, olivat haastateltavien mielestä ansiollisia aiheita.

Omien näkemysten ja negatiivisten tunteiden esittämistä esimerkivideotyöhakemuksissa ei juurikaan katsottu hyvällä. Erityisesti negatiiviset tunteet olivat haastateltavien mielestä sellainen asia, jotka eivät kuuluneet videotyöhakemukseen lainkaan. Haastateltavien mielestä rekrytointiprosessissa vasta kasvokkain tapahtuvassa työhaastattelussa rekrytoijan vastuulla on selvittää työnhakijan heikkouksia ja aiempia negatiivisia kokemuksia työelämästä. Lisäksi haastateltavat pitivät turhana sekä työnhakijalle jopa haitallisena, mikäli hakija viittasi videotyöhakemuksessa esimerkiksi omiin heikkouksiinsa, kokemattomuuteensa tai puutteisiin työhistoriassa. Eräs haastateltavista koki myös esimerkivideotyöhakemuksen hakijan haastavan uutta työnantajaa jakamalla aiempia huonoja kokemuksiaan työelämästä:

H1: Se on vähän semmonen, mulle tuli vähän provosoitunut olo siitä (--) lopusta pikkasen koska mä en niinku tossa vaiheessa lähtis noin niinku itsevarmasti... se ei niinku sopinu siihen tilanteeseen ku sä oot nöyrä työnhakija, haluut vaan kertoo mitä kaikkee hyvää mussa on eikä niinkun sillain et mites te.

Aiheita, joita haastateltavat olisivat esimerkkivideotyöhakemuksissa toivoneet käsiteltävän enemmän, olivat muun muassa työnhakijan aiempien työtehtävien kuvaaminen. Erään haasteltavan mielestä videotyöhakemus antaa välineenä tilaa kertoa laveammin omasta osaamisesta sekä työkokemuksesta yksityiskohtaisemmin.

H8: Just meinasin sanoa niinkun et kautta aikojen CV:ssäkin painotettu tiettyjä perusasioita niin siltikin siellä on monesti pelkkä nimike. Jos jossain sitä pystyis konkretisoimaan ja tiivistämään tietoa siitä osaamisesta niin tässä.

Haastateltavat toivat myös jokaisen esimerkkivideohakemuksen kohdalla heikon argumentaation. Melko vakavana ”virheenä” pidettiin sitä, mikäli hakija ei lainkaan perustellut väitteitään esimerkiksi siitä, miksi olisi hyvä työntekijä. Haastateltavat toivoivat, että rekrytoijan ei tarvitsisi etsiä asioita ”rivien välistä”, vaan että työnhakija suoraan perustelisi väitteensä.

4.3.2 Nonverbaalinen viestintä videotyöhakemuksessa

Merkittävimmät nonverbaalisen viestinnän osa-alueet, jotka haastatteluissa nousivat esille olivat työnhakijan puhenopeus, artikulaatio, tauotus sekä katsekontakti. Puhenopeutta arvioitiin haastattelutilanteissa erityisen paljon. Liian nopean puheen katsottiin aiheuttavan ongelmia kerrottavien muistamisessa ja sisäistämisessä, kun taas liian hidas puhenopeus arvioitiin monotoniseksi ja liiallisesta harjoittelusta johtuvaksi. Työnhakijoiden puheen tauotuksesta tehtiin huomioita silloin, kun se oli haastateltavien arvioiden mukaan liian vähäistä tai liiallista. Videotyöhakemuksia arvioitaessa hakijat kiinnittivät lisäksi huomiota hakijan pukeutumiseen sekä muuhun ulkoiseen olemukseen. Pukeutuminen nousi melko merkittäväksi teemaksi jokaisessa haastattelussa. Erityisesti kahden naispuolisen työnhakijan pukeutumista eriteltiin melko tarkasti.

Haastateltavien näkemykset siitä, kuinka haastava viestintätilanne videotyöhakemuksen teko on, erosivat toisistaan jonkin verran. Eroavaisuuksia haastateltavien välillä esiintyi myös siinä, kuinka suuri merkitys nonverbaaliselle viestinnälle annettiin sekä sille, vaikuttaako se suoranaisesti rekrytointipäätökseen. Yhdessä haastattelutilanteessa aihe herätti keskustelua ja

mielipiteidenvaihtoa, kun haastateltavat huomasivat kiinnittävänsä nonverbaaliseen viestintään eri tavoin huomiota.

H8: Aika jännä et sulla on jäänyt ihan mieleen noi (--) et ne on varmaan osittain vaikuttanu siihen sun rekrytointiin sillä tavalla konkreettisesti. Koska mä ehkä väittäisin et mulla ne itellä niinku vaikuttaa siellä sillain alitajuisesti siihen mielikuvaan(--).

Vaikka haastateltavat pääsääntöisesti korostivat sitä, että videotyöhakemuksella merkityksellisempää on se, mitä sanotaan, eikä se, miten sanotaan, kiinnittivät haastateltavat huomattavan paljon huomiota hakijan nonverbaaliseen viestintään. Lisäksi vasta usein toisella katselukerralla haastateltavat muistivat paremmin niitä asioita, mitä työnhakija oli itsestään kertonut. Haastattelutilanteessa esimerkkivideotyöhakemuksia kommentoidessaan hakijat kiinnittivät usein myös ensimmäisenä huomiota nonverbaaliseen viestintään.

H8: Kyllä se tapa millä sen esityksen tekee on niinkun toissijasta, paitsi niihin tehtäviin mitkä vaatii hyvää ulosantia. Et jos sä haet tiedottajan paikkaa niin siinä se on ihan olennaista mut kaikki muu on ihan toissijasta, et joku joutuu miettimään pikkusen enemmän niitä sanomisiaan ja missä on ollut töissä ja mikä se koulutus nyt olikaan mut kuhan ne saa tiivistettyä olennaisesti.

Puheessaan haastateltavat korostivat, että työnhakijan sanallisen viestinnän ja argumentaation osuvuus juuri kyseistä työtehtävää varten on merkityksellisempää kuin nonverbaalinen viestintä. Esimerkkinä mainittakoon, että yhden esimerkkivideotyöhakemuksen kohdalla kaikki ryhmät mainitsivat ensimmäisenä huomiona työnhakijan nopean puherytmin. Lisäksi yhtenä teemahaastattelurungon kysymyksenä oli, millaisiin asioihin haastateltavat erityisesti kiinnittivät huomiota, johon vastauksena saatiin pitkälti työnhakijan nonverbaalisten piirteiden tarkkailua.

4.4 Kohdentaminen

Videotyöhakemuksen kohdentamisesta tai pikemminkin kohdentamisen puutteesta puhuttiin haastatteluissa paljon. Haastattelutilanteessa arvioidusta kolmesta videotyöhakemuksesta kahdessa ei mainittu työpaikkaa, jota työnhakija haki. Näistä kahdesta avoimesta videotyöhakemuksesta puhuttaessa haastateltavat arvioivat videoita normaaliin tapaan, mutta

lisäsivät hyvin usein arvionsa lopuksi, että tietty työnhakijan tekemä valinta voi kuitenkin toimia tiettyä työpaikkaa haettaessa, kun taas toista paikkaa haettaessa se ei toimisi lainkaan. Eräessä esimerkkivideotyöhakemuksessa työnhakija kertoi omasta kielitaidostaan haastateltavien mukaan ansiokkaasti. Eräs haastateltavista kuitenkin totesi, ettei asialla taas välttämättä ole merkitystä kaikkia työpaikkoja haettaessa.

Huolimatta siitä, että vaikka kaikissa esimerkkivideotyöhakemuksissa ei oltu suoraan kerrottu, mitä paikkaa työnhakija haki, haastateltavat tekivät olettamuksia haettavan tehtävän luonteesta. Näitä päätelmiä tehtiin muun muassa sen perusteella, millaisia asioita työnhakija itsestään kertoi, miten työnhakija oli pukeutunut sekä millaista kieltä työnhakija käytti. Eräs haastateltavista teki seuraavanlaisen johtopäätöksen haettavan työn luonteesta.

H2: Niin, tai sit taas et kyllä tässä huomaa et tää ei oo mikään tosi analyyttinen tai matemaattinen tehtävä missä vaaditaan jotain, et kyllähän ne on sit tosi erityyppisiä. -- Ja tuli jotenkin sellanen fiilis että hän hakee johonkin hyvin matalan hierarkian yritykseen tai organisaatioon koska mietin et aika paljon sellasia jopa slangisanoja.

Esimerkkivideotyöhakemus, jossa työnhakija oli maininnut haettavan työtehtävän, arvioitiin tarkemmin siltä kannalta, mitkä työtehtävän vaatimukset ovat ja kuinka työnhakija on onnistunut kohdentamaan videotyöhakemuksensa. Kyseiseltä työnhakijalta kaivattiin enemmän virallista puhetyyliä sekä perusteita, miksi juuri kyseinen työ kiinnostaa. Lisäksi kyseisen työnhakijan ulkoista olemusta ei pidetty hyvänä kyseistä työtehtävää silmällä pitäen.

Haastateltavat toivat esiin seikan, että rekrytoijan vastuulla on ohjata työnhakijaa esimerkiksi kertomaan itsestään tietyt asiat että jotta rekrytoija saa videotyöhakemuksista irti sen, mitä haluaa. Täysin vapaiden käsien antaminen ei haastateltavien mielestä tuota hyvää lopputulosta. Eräs haastateltavista toi esiin myös sen seikan, että avointa videotyöhakemusta kohtaan kohdistuu jo teknisten seikkojen vuoksi enemmän ennakkoluuloja kuin avointa kirjallista työhakemusta kohtaan.

H5: Niin sit tässä mietin vaan et jos tulis avoin hakemus videolla niin jotenkin tuntuis et kyl se vaatis niinkun, -- jotain perussyötettä, miks et mä avaisin sen videon, (--) tuntuis aika riskiltäkin niinkun avata.

Haastateltavien mielestä hyvin kohdennetun videotyöhakemuksen tekijä on valmistautumisvaiheessa miettinyt, mitä rekrytoija haluaa hakijasta tietää. Olennaista on miksi-kysymyksiin vastaaminen. Hyvin kohdennetun videotyöhakemuksen tekijä on myös ottanut haettavan yrityksen ja työpaikan luonteen huomioon videotyöhakemuksella. Haastateltavat nostivat esille muun muassa oikeanlaisen ulkoisen olemuksen sekä puhetyylin.

H1: No just niitä myyntipointteja siihen tehtävään et mitä ne on ne olennaisimmat ja miettiä... tekee periaatteessa rekrytoijan työn helpoksi niin se on aina se semmonen esimerkillinen(--)

H10: Niin se semmonen ihan sama -tyyppi ja kaikki käy niin siitä ei paljoo irtoo.

Puhetyyliin kiinnitettiin hieman eri tavoin huomiota eri ryhmissä. Koska haastatteluja toteutettiin eri puolilla Suomea, haastateltavat kommentoivat puhetyyliä, mikäli he eivät itse olleet samalta alueelta. Tällöin vahvan slangisanojen käytön nähtiin huonontavan hakijasta syntyvää vaikutelmaa. Hyvin vapaamuotoinen puhetyyli kuvasti myös hakijan ikää ja asemaa. Ulkoisella olemuksella puolestaan oli haastateltavien mielestä merkitystä varsinkin silloin, kun haettiin korkeamman tason tehtäviin. Työnhakijan pukeutuminen ja yleinen siisteys olivat haastateltaville tärkeitä seikkoja ja ne nousivat keskusteluissa useamman kerran esille.

H6: Ja suhteutuu just taas haettavaan paikkaan. Et ei varmasti jää kirjavalla paidalla rannalle jos hakee osa-aikatyötä mut jos hakiskin jotain työtä jossa vaaditaan jotain edustamista niin pitäis miettiä.

H2: No esimerkiksi johonkin pankkimaailmaan tai johonkin rahotusmaailmaan niin ei voi vaan. Et toihan olis hylätty jo siinä vaiheessa kun varmaan nähdään miten hän on pukeutunut. Tosi inhottavaa sanoo mut niin se vaan on.

H8: Joo kyllä. Ja varmaan sitten se että millaseen tehtävään häntä oltiin miettimässä niin sehän on kaiken a ja o. Et jos haetaan hyvää ulosantia ja haetaan hyviä kirjallisia ja suullisia taitoja niin ehdottomasti mut sit jos mä mietin vaikka et johonkin tekstiiliteollisuuteen vaikka johonkin tuotantotyöntekijäksi niin sit tollaset ominaisuudet ei oo niinkään tärkeitä vaan haetaan muita juttuja.

Osa esimerkkivideotyöhakemuksen tekijöistä lopetti videonsa katsojalle eli työnantajalle suunnattuun vetoomukseen. Katsojalle lopussa kohdennettu vetoomus jakoi mielipiteitä siitä,

oliko sen käyttö hyvä ratkaisu. Osa rekrytoijista piti kyseistä tapaa kohdentaa video mieleen jäävänä, kun taas osa rekrytoijista piti tapaa jo melko kuluneena ja paljon käytettynä tehokeinona.

4.5 Jännittäminen

Tässä luvussa käsitellään jännitystä kahdesta eri näkökulmasta. Ensimmäiseksi käsitellään rekrytoijien havaintoja jännityksestä esimerkivideotyöhakemuksissa. Tarkoituksena on eritellä niitä verbaalisia tai nonverbaalisia vihjeitä, jotka rekrytoijat tulkitsevat jännitykseksi. Toisena tässä luvussa käsitellään rekrytoijien käsityksiä siitä, kuinka suuren merkityksen rekrytoijat antavat jännityksen näkymiselle videotyöhakemuksissa.

Jännitystä tulkittiin ennen kaikkea nonverbaaleista vihjeistä, kuten silmien ylimääräisestä räpyttelystä, jännittyneestä asennosta, katsekontaktin katkeamisesta tai takeltelusta. Lisäksi mikäli työnhakija oli rekrytoijien arvioiden mukaan opetellut sanomansa ulkoa, tämä saatettiin tulkita jännittämiseksi.

H7: Silmistä se jännitys mun mielestä kummallakin kun kysyit niin siitä niin näky että kun tavallaan sellanen tietynlainen ylimääräinen räpyttely mille ei tietysti voi mitään eikä se tietysti niinku sinänsä tietysti haittaakaan mut että jotkut asiat tavallaan ei pysty peittämään et se sit näkyy se jännitys.

Videotyöhakemuksessa näkyneestä jännityksestä keskusteltiin jokaisessa ryhmässä niin, että haastateltavat nostivat itse jännityksen esille. Se, kuinka suuren merkityksen jännityksen näkyminen työnhakijasta rekrytoijat antavat, jakoi jonkin verran mielipiteitä. Puheessaan haastateltavat korostivat pääsääntöisesti sitä, että jännitys on anteeksiannettavaa. Eräs haastateltavista kuitenkin totesi, että videotyöhakemuksen luonteen vuoksi jännityksen näkyminen on toisaalta kummallista, ottaen huomioon että hakijalla on mahdollisuus kuvata video niin monta kertaa, ettei jännityksen enää pitäisi näkyä.

H3: Mä oon ihan samaa mieltä tossa koska ei siinä mun mielestä voi kauheesti jännitys näkyy koska sä oot yksin sen kameran kanssa ja jos sua jännittää niin sä voit tehdä sen vaikka viis kertaa uudelleen tai

seuraavana päivänä mut se on eri asia kun se tapahtuu jonkun kanssa, niin sä voit aina sanoo sen mut sit kun sä kuvaat sen niin sä et voi sanoo et hei mua jännittää.

Jännityksen näkymisen vahingollisuus riippui haastateltavien mielestä myös pitkältä haettavan työn luonteesta. Mikäli haettava työtehtävä vaati erityisen hyviä esiintymis- ja vuorovaikutustaitoja, ei jännityskään saanut näkyä työnhakijasta. Toisin sanoen, jännittäminen nähtiin suorana vihjeenä työnhakijan työtehtävistään selviytymisestä.

H1: Se riippuu tosi paljon siitä positiosta mihin se hakee. Jos se hakee jo esimerkiksi johonkin kovaan myyntityöhön niin sit sen on vähän sillain et mitä jos et sä tässä pärjää niin pärjäätsä-- Mutta tota yleensä se kertoo kans siitä että tää on tärkeä. Et ei se ikinä oo meille ollu mikään ratkaseva tekijä.

Haastateltavat tiedostivat, että jännityksen peittäminen on vaikeaa videolla. Eräs haastateltavista pohti videon välineenä korostavan jännityksen näkymistä. Samalla hän toi esiin mahdollisuuden siitä, että videon katsoja saattaa tulkita jännitykseksi sellaisia nonverbaalisia vihjeitä, mitkä esimerkiksi kasvojen olisivat ainoastaan työnhakijan luonnollinen tapa olla.

H7: Mä sit aloin miettimään et mitäs jos hänen luontanen tapansa onkin sellanen et hän puhuis vähän niinkun katselleen seinille niin tavallaan et miten se vaikuttais tällasessa kun hän oiskin ihan luontevasti, niinkun itse puhuis että, että kumpaan suuntaan se veis, en tiedä.

Puhuttaessa aitouden vaikutelmasta, eräs haastatelluista nosti jännityksen vaikutuksen aidon vaikutelman syntyyn. Hänen mielestään hakijassa näkyvä jännitys haittaisi positiivisen ja aidon vaikutelman synnyn, mikä osaltaan haittaisi jatkoon pääsyä työnhakuprosessissa.

H5: Niinkun että ehkä neuvoisin näyttämään sen jollekin ihan lähipiirille sen videon et silloin ne epäaitoudet et sä oo tosi pelokkaan näkönen tossa tai jotain niinku tällasia, sais jonkun palautteen.

Yhteenvedona voidaan todeta, että kun haastatelluilta suoraan kysyttiin jännityksestä, ilmiöstä puhuttiin melko anteeksiantavaan sävyyn, mutta toisaalta aihetta sivuttaessa jännityksestä ja sen näkymisestä videotyöhakemuksella, ilmiöön suhtauduttiin kriittisemmin.

4.6 Valmistautuminen

Haastateltavat tekivät paljon havaintoja työnhakijan valmistautumisesta sekä valmistautumisen häivyttämisestä. Valmistautumisen määrää pääteltiin muun muassa tarkkailemalla nonverbaalista viestintää sekä argumentoinnin laatua. Valmistautuminen kuvaustilanteeseen nähtiin yhtenä mittarina, jolla voitiin mitata työnhakijan motivaatiota kyseistä työpaikkaa kohtaan. Liiallinen valmistautuminen nähtiin kuitenkin jossain määrin ongelmallisena. Toisin sanoen työnhakija oli tällaisissa tapauksissa epäonnistunut häivyttämään valmistautumistaan.

Valmistautuminen nähtiin ensisijaisesti hyvänä asiana. Haastateltavien mielestä valmistellun oloinen videotyöhakemus kertoo työnantajalle, että hakija on todella kiinnostunut kyseisestä työpaikasta. Haastateltavat korostivat kuitenkin, että videotyöhakemuksen luonteen ja niiden lyhyen pituuden vuoksi jonkinasteinen valmistautuminen tulee olla melkein pä itsestäänselvyys.

Työnhakijan valmistautumisen tasoa pääteltiin muun muassa sen perusteella, kuinka olennaisia asioita sekä kuinka tiivistäen työnhakija osasi itsestään kertoa. Lisäksi valmistautumista pääteltiin nonverbaalisten vihjeiden avulla. Esimerkiksi hakijan puheen sujuvuus, kerronnan jatkuvuus sekä puheen tauotus olivat mittareita hakijan valmistautumiselle. Eräs haastateltavista kuvasi erästä työnhakijaa ja hänen valmistautumistaan seuraavalla tavalla:

H4: Tavallaan tosta henkilöstä pystyy päättelemään sen että hän on hyvä tiivistään oleellisen, siinä on nähty hirveä vaiva et se on todennäköisesti miettinyt aika pitkään mitä se sanoo ja se on harjoiteltu sitä et se näkyy et se puhe tulee tuolta jostain takaraivosta. Just et se on opeteltu et sen kerkee siihen tiettyyn aikaan todennäköisesti kertoon.

Hakijan arvioitiin valmistautuneen liikaa, mikäli tämän puhenopeus oli liian nopea, puhe kuulosti ulkoa opetellulta tai mikäli hakija suoranaisesti luki asiansa suoraan paperilta. Haastateltavien mielestä liiallinen valmistautuminen oli haitallista muun muassa siksi, että sen arvioitiin estävän työnhakijan persoonan näkymisen. Haastateltavat kuvasivat liiallista valmistautumista seuraavasti:

H8: No enimmäkseen se on varmaan hyvä asia että ihminen osaa kertoa ne oikeat asiat ja vähän miettiä sillain hyvällä mielellä että saadaan se oikee informaatio mut silleen voi näkyä tiettynä luonnottomuutena ja tiettynä mekaanisena vastauskoneena et siinä pikkasen jää se persoona.

H3: Ja ehkä sekin et jos valmistautuu tosi paljon ja opettelee sen puheen ulkoo niin se saattaa olla et sun persoona ei välity niin paljoo kameraan kun sulla on koko ajan se tietty mitä sun pitää sanoo.

4.7 Motivaatio

Aiemmissa luvuissa on osittain eritelty sellaisia tekijöitä, joiden perusteella rekrytoijat voivat päätellä hakijan motivaation tasoa. Tässä tutkielmassa käytetyt esimerkkivideotyöhakemukset saivat kuitenkin eniten kritiikkiä siitä, että niistä ei haastateltavien mielestä näkynyt työnhakijan motivoituneisuus. Haastateltavat nivoivat valmistautumisen ja motivaation teemat puheessaan yhteen melko tiiviisti, sillä valmistautuminen nähtiin yhtenä suurimmista tekijöistä työnhakija motivaation tasoa havainnoidessa. Tässä luvussa eritellään niitä keinoja, joilla työnhakija vakuutti haastateltavat motivoituneisuudestaan, sekä sitä, millaisen merkityksen motivaation osoittamiselle annetaan videotyöhakemuksella.

Haastateltavat antoivat suuren merkityksen työnhakijan motivoituneisuudelle. Yhden haastateltavan mielestä se on jopa tärkein asia, mitä videotyöhakemuksella voi tuoda esiin. Haastateltavien mielestä työnhakijan tulisi ilmaista motivoituneisuutensa vastaamalla suoraan kysymykseen, miksi haettava työtehtävä kiinnostaa. Lisäksi innostuneisuuden ilmaiseminen nähtiin hyvänä keinona vakuuttaa rekrytoija motivaatiosta kyseistä työtehtävää kohtaan. Erään haastateltavan mukaan työnhakijan tulisi kiinnittää innostuksen esiintuomiseen paljon huomiota.

H1: Just semmonen ilonen, miellyttävä olemus, on tosi tärkeä et sä saat näyttää sen motivaation aidosti siinä. Oo sitten vaikka yli-innostunut siinä kun tosi aneeminen, että se on niinkun tosi tärkeä.

Esimerkkivideotyöhakemukset saivat haastateltavilta osakseen kritiikkiä siitä, että työnhakijat olivat kertoneet enemmän yleisiä asioita itsestään, kun tärkeää olisi pikemminkin ollut ilmaista, miksi kyseinen työpaikka kiinnostaa ja miksi työnhakija olisi pätevä työhön. Toisaalta tätä ei

nähty pelkästään kyseisten esivideotyöhakemusten ongelmana, vaan työnhakijoiden ongelmana yleisesti työtä haettaessa.

H3: Mut musta tuntuu et toi on ehkä semmonen asia et ei ehkä normihakemuksessakaan, tosi harvat kirjottaa tommosii motivaatioseikkoja et ehkä se on oikeesti hakijoissakin semmonen et pitää vaan kertoa nimenomaan niinkun ittestään ettei tavallaan niinku ymmärretä tuoda esille sitä motivaatioo sitä työtä kohtaan ja alaa kohtaan tai niitä omia hyviä puolia. Totta kai niitäkin tuodaan mut sit ne on vaan siellä kaiken muun seassa.

Työnhakijan motivaation puute pääteltiin siitä, ettei hakija perustellut sitä, miksi hän olisi hyvä työntekijä yritykselle. Lisäksi videotyöhakemuksen yleisluontoisuus ymmärrettiin motivaation puutteeksi.

4.8 Erottautuminen muista hakijoista

Erottautumista voidaan myös kuvata termillä *mieleenjävyys*. Aihetta käsitellään omana lukunaan siitä syystä, että videotyöhakemuksen yhtenä tärkeänä tavoitteena voidaan nähdä työnhakijan pyrkimyksen erottautumaan muista työnhakijoista. Tässä luvussa käsitellään niitä keinoja, joita rekrytoijat nostivat esille ja joilla muista työnhakijoista erottaudutaan positiivisella tavalla. Keinoiksi erottautua muista työnhakijoista rekrytoijat nimesivät videotyöhakemuksen visuaalisella ilmeellä erottautumisen sekä videotyöhakemuksen aloituksen ja lopetuksen. Haastateltavat toivat esiin myös seikkoja, joilla työnhakija voi pahimmassa tapauksessa erottautua muista työnhakijoista negatiivisilla tavoilla.

Haastateltavat nimesivät yhdeksi erottautumisen keinoksi videon visuaalisen ilmeen. Haastateltavista ne, jotka olivat enemmän käyttäneet työssään videotyöhakemuksia, kiinnittivät enemmän huomiota työhakemusten visuaalisuuteen. Toisaalta taas eräs haastateltavista totesi, että videotyöhakemuksen visuaalisen ilmeen merkitys riippuu aina rekrytoijasta ja hänen mieltymyksistään.

H9: Joo, yks mikä mulle on jääny mieleen niin on se että kesällä on laiturilla kuvattu, et se oli tosi kiva, et jää mieleen. Ja sit jos on joku erilainen tapetti. Niin kun kaikki näkyy semmosena pienenä ruutuna siellä ohjelmassa niin sielläkin tulee jo.

Haastateltavat pitivät videotyöhakemuksen aloitusta ja lopetusta erityisen tärkeinä mieleen jäävyyden kannalta. Vaikka videotyöhakemus ei olisikaan ollut pituudeltaan minuuttia pidempi, kerrottujen asioiden muistaminen ensimmäisen katselukerran jälkeen oli vaikeaa, minkä vuoksi videon alussa ja lopussa kerrotut asiat saivat korostuneen merkityksen.

H9: mut sekin kertoo siitä (--) henkilöstä et se meni vähän toisesta korvasta sisään ja toisesta ulos, et ei oikein jättäny persoonaa mieleen.

Haastateltavien mielestä työnhakijan oli mahdollista erottautua muista työnhakijoista myös negatiivisella tavalla. Eräs haastateltavista kuvasi erään esimerkkipositiviteettihakemuksen nostaneen paljon kysymyksiä. Haastateltavan mielestä kyseinen esimerkkipositiviteettihakemus oli sinällään muista erottuva, muttei hyvällä tavalla.

H4: Mut tässä pitäis enemmän erottua edukseen kun semmosilla jatkokysymyksillä.

5 POHDINTA

Tämän tutkielman tarkoituksena oli selvittää, miten rekrytoinnin ammattilaiset arvioivat videotyöhakemuksia. Tutkimusongelman ja -kysymysten avulla tutkittiin ennen kaikkea viestinnällisiä keinoja, joilla rekrytoijat arvioivat videotyöhakemuksia. Seuraavassa tiivistetään tulosluvussa esitetyt, tutkimusaineiston perusteella saadut tulokset.

Tutkielman aineistosta voidaan huomata, että rekrytoijat kiinnittävät huomionsa varsin korostuneesti työnhakijan nonverbaaliin viestintään. Aineiston perusteella tarkasteltiin erityisesti puhenopeutta, artikulaatiota sekä katsekontaktia. Tämän lisäksi hakijan ulkoiseen olemukseen kuten pukeutumiseen ja hiuksiin kiinnitettiin huomiota. Huomionarvoista kuitenkin on, että esimerkkivideotyöhakemuksella esiintyneen miehen pukeutumista tai hiuksia ei kommentoinut kukaan haastatelluista, kun taas naisten vaatevalinnat saivat enemmän osakseen huomiota. Tämä tulos antaa viitteitä siitä, että naisia ja miehiä arvioidaan videotyöhakemuksella eri tavoin.

Haastattelujen aikana pohdittiin paljon aitouden vaikutelmaa. Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että työnhakijan pitää osata esittää ja esitellä oma persoonansa tavalla, joka ei ole ristiriidassa hänestä syntyvän vaikutelman kanssa. Toisaalta kuitenkin esimerkiksi motivaatiosta puhuttaessa erään haastateltavan mielestä työnhakijan tulisi ”näytellä” yli-innostunutta mielummin kuin olla liian rauhallinen esiintymisessään. Tässä voidaan nähdä ristiriita. Yhtenä teemana voidaankin pohtia, onko videotyöhakemuksella tarkoituksena antaa työnhakijasta aidon *oloinen* vaikutelma niin, että rekrytoija voidaan vakuuttaa persoonan aitoudesta, mutta kuitenkin jollakin tavalla erilaisena kuin mitä työnhakija esimerkiksi muissa vuorovaikutustilanteissa käyttäytyisi.

Kaikki kolme esimerkkivideotyöhakemuksen tekijää olivat korkeakouluopiskelijoita. Vaikutelmaa näistä työnhakijoista kuvattiin esimerkiksi iloiseksi, positiiviseksi tai reippaaksi. Sen sijaan työnhakijoiden pätevyyttä tai koulutustaustaa ei juurikaan nostettu esille. Huomionarvoista onkin, että verrattain enemmän haastattelujen aikana puhuttiin esimerkiksi

hakijan ulkonäöstä, kun taas esimerkiksi koulutusta ja sen tuomaa pätevyyttä ei juurikaan käsitelty. Haastateltavat pohtivat esimerkkivideotyöhakemuksen tekijöille sopivia ammatteja jonkin verran. Ketään työnhakijoista ei sijoitettu oman alan töihin, sillä keskusteluissa puhuttiin työstä, jota opiskelija voisi opintojen ohella tehdä.

Isotaluksen (2000, 169) mukaan poliitikkojen televisioesiintymistä tarkasteltaessa tultiin johtopäätökseen, jossa spontaanisuus tunteiden ilmaisussa ja puheessa antoi poliitikosta rehellisen vaikutelman, sillä spontaaniuden nähtiin viestivän rehellisyyttä. Tämän seikan voidaan nähdä osittain selittävän myös tämän tutkielman tulosta siitä, että liiallisesti esitystään valmistellut työnhakija ei rekrytoijien mielestä avannut persoonaansa. Epäonnistunut valmistautumisen häivyttäminen nähtiin samalla epäonnistuneena yrityksenä tuoda persoonallisuutta esiin videotyöhakemuksella. Kyseinen tutkimustulos voidaan myös liittää selittämään aitouden vaikutelmaa, jota käsiteltiin ylempänä. Onnistunut aitouden vaikutelma saattaa olla tulos spontaaniudesta, jota työnhakija on onnistunut videolla todentamaan.

Tutkielman tuloksia aiempaan tutkimuskirjallisuuteen peilattaessa voidaan vaikutelman teemasta nostaa esiin vielä yksi kiinnostava havainto. Tätä tutkielmaa varten haastatellut rekrytoijat muuttivat jonkin verran arvioitaan työnhakijoista toisella videotyöhakemuksen katselukerralla. Tämä havainto ei ole yhtenevä Willisin ja Todorovin (2006) tutkimuksen kanssa, jonka mukaan vaikutelma henkilöstä ei muutu, vaikka aika tarkkailla henkilöä kasvaisikin.

Videotyöhakemuksen ensisijainen tehtävä on auttaa työnhakijaa saamaan hakemansa työpaikka. Rekrytoijalle videotyöhakemus toimii muun muassa apuvälineenä karsia työnhakijoita jatkohaastatteluun. Tässä prosessissa olennaista on, että työnhakijan oma videotyöhakemus on rekrytoijan näkökulmasta yksinkertaisesti parempi kuin muiden työnhakijoiden. Toisin sanoen työnhakijan pitää erottautua jopa sadoista muista hakijoista jollain tavoin. Videotyöhakemuksen tavoitteen paradoksaalisuus lienee siinä, että samalla hakemuksella työnhakijan tulee erottua muista työnhakijoista, mutta kuitenkin onnistua täyttämään työnantajan asettamat tavoitteet, eli esimerkiksi vastaamaan työnantajan asettamiin kysymyksiin, jotka ovat kaikille työnhakijoille samat. Tällaisessa tilanteessa on ymmärrettävää, että esimerkiksi nonverbaalinen viestintä ja työnhakijan ulkoinen olemus korostuu. Mikäli rekrytointiprosessissa jatkoon valittavana on

esimerkiksi useampi samanlaisella koulutustaustalla sekä työkokemuksella varustettua työnhakijaa, on todennäköistä, että videotyöhakemuksella erottaudutaan vuorovaikutustaitojen avulla. Tällaisessa tilanteessa esimerkiksi jännityksen näkyminen saattaa olla haitallista, vaikka sitä muuten hyvin siedettäisiinkin.

Tämän tutkielman johdannossa kerrottiin videotyöhakemuksen vastaavan yhteiskunnassamme muuttuneen työelämän tarpeisiin palkata vuorovaikutustaitoisia ammattilaisia. Tutkimustulosten perusteella voidaan kuitenkin todeta, ettei tämän tutkielman aineistosta noussut erityisesti esiin vuorovaikutusosaamisen yhteiskunnallinen merkitys työelämässä. Vaikka hyviä vuorovaikutustaitoja on viime aikoina korostettu yhä enemmän osana jokaisen työntekijän taitoja, ei tätä seikkaa tuotu niin kokonaisvaltaisesti esille, kuin mitä tutkijan esiymmärrys olisi odottanut. Toisin sanoen videotyöhakemukselle keinona todistaa työnhakijan hyviä vuorovaikutustaitoja ei annettu arvoa. Pikemminkin tämän tutkielman perusteella voitaisiin sanoa, että rekrytoijat suhtautuivat videotyöhakemuksiin enemmän kriittisellä otteella. Tämä johtopäätös tukee Kostiaisen (2003, 30–31, 135–136) näkemystä siitä, ettei viestintä- ja vuorovaikutusosaamista ammattiosaamisen ydinalueena, vaan ennemminkin tästä erillisenä osa-alueena. Toisaalta tätä tutkielmaa voidaan kritisoida siitä, ettei teemahaastattelurunko sisältänyt suoraa kysymystä siitä, kuinka hyvänä työkaluna rekrytoijat pitävät videotyöhakemuksia työelämässä tarvittavien vuorovaikutustaitojen havainnoimiseen.

Tutkielman teoriaosuudessa esiteltiin videotyöhakemuksesta käytettäviä muita termejä, kuten video-CV, videohakemus sekä videoesittely. Nämä termit rajattiin tästä tutkielmasta pois yksi kerrallaan sillä perusteella, etteivät ne kuvanneet tutkittavaa ilmiötä tarpeeksi täsmällisesti. Aineiston perusteella voidaan kuitenkin kyseenalaistaa myös valitun videotyöhakemus-termin kuvaavuus. Videotyöhakemus-termi korostaa tällä hetkellä videon työhakemuksellisuutta. Käsite ei kuvaa parhaalla tavalla videohaastattelutyökalua, jonka asema osana rekrytointeja kasvaa Suomessa jatkuvasti. Jatkossa, ennen käsitteiden juurtumista, koko tutkimuskenttää mielestäni paremmin kuvaava termi voisi olla *työnhakuvideo*, joka kuvaa *kaikkia* työnhaussa ja rekrytoinneissa käytettyjä videoita. Yhteenvetona voidaan todeta, että videotyöhakemus-käsitteellä voidaan puhua monesta eri asiasta. Haastateltavat eivät kuitenkaan itse problematisoineet esimerkiksi videohaastattelutyökalun ja videotyöhakemuksen käsitteellistä

eroa, sillä haastattelun aikana käsitellyt teemat olivat samanlaisia molemmilla videoilla. Tämä on yksi syy siihen, miksi läpi tämän tutkielman puhutaan videotyöhakemuksista.

Yhteenvedona voidaan sanoa, että videotyöhakemuksen tärkeimmät tavoitteet olivat oman persoonan esilletuonti ja työnantajan vakuuttaminen omasta osaamisestaan juuri kyseiseen työtehtävään. Verrattaessa kirjalliseen työhakemukseen, juuri oman persoonan esille tuominen oli merkittävää. Tämä teki aiheesta puheviestinnän kannalta hyvin mielenkiintoisen tutkimusaiheen.

5.1 Tutkimuksen arviointi

Tätä tutkielmaa voidaan tarkastella kriittisesti erityisesti sen menetelmän vuoksi. Kuten aiemmin todettu, kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkijan merkitys on korostunut. Tämän vuoksi tutkielman arvioinnin kannalta on tärkeää, että näitä seikkoja tarkastellaan vielä erikseen. Tutkimusmenetelmää kuvattiin aiemmin luvussa 3.

Tämän tutkielman tutkimusmenetelmäksi valittiin ryhmähaastattelu ennen kaikkea sen vuoksi, että sen arvioitiin ennalta tuottavan hedelmällisempää keskustelua kuin yksilöhaastattelu. Tämä arvioi osoittautui oikeaksi, sillä toisensa ennalta tunteneet haastateltavat kehittivät tämän tutkielman kannalta hedelmällistä ajatustenvaihtoa, jota tutkijan arvion mukaan ei yksilöhaastattelutilanteessa olisi syntynyt.

Ryhmän jäsenet olivat toisilleen aina entuudestaan tuttuja, sillä he olivat aina saman työyhteisön jäseniä. Tämä tarkoitti sitä, että haastattelutilanteessa tutkija oli ryhmän ulkopuolinen. Tämä asetti omat haasteensa haastattelutilanteelle. Keskustelun soljuessa eteenpäin esimerkiksi tarkentavien kysymysten esittäminen oli toisinaan haastavaa. Jälkikäteen voidaan kuitenkin arvioida, että juuri tällaiset tilanteet olivat lopputuloksen kannalta hedelmällisimpiä, sillä tällaisissa tilanteissa ryhmän jäsenet pääsivät keskustelemaan omana, jo entuudestaan toisilleen tuttuna ryhmänä, kun taas tutkija pystyi keskittymään havainnoijan rooliin.

Ryhmissä esitettiin enemmän yhteneviä kuin eriäviä mielipiteitä. Se, mikä vaikutus menetelmän valinnalla on tähän ollut, voidaan vain spekuloida. Voidaan kuitenkin olettaa, että tämän tutkielman teemat eivät kuitenkaan olleet haastateltaville niin henkilökohtaisia tai vaikeita, että muun ryhmän läsnäolo tai mielipiteet olisivat hankaloittaneet oman mielipiteen ilmaisua. Ryhmä myös loi itse itselleen tiettyjä teemoja, esimerkiksi hakijan nonverbaalista viestinnästä puhuttaessa erityisen paljon tarkasteltiin puhenopeutta.

Esimerkkivideotyöhakemukset näytettiin haastattelutilanteessa aina samassa järjestyksessä. Tämä järjestys oli valikoitunut sattumanvaraisesti, eikä tutkija ollut siihen vaikuttanut. Haastattelutilanteessa oli luonnollista, että aiemmin esimerkkivideotyöhakemuksia vertailtiin keskenään. Aiheellista onkin tämän vuoksi pohtia, olisivatko rekrytoijien arviot videotyöhakemuksista vaihdelleet, mikäli esimerkkivideotyöhakemusten esittämisjärjestystä olisi vaihdeltu. Toisaalta esittämisjärjestyksen pitäminen samana läpi kaikkien kolmen haastattelun helpotti tutkijan tehtävää vertailla videotyöhakemusten pohjalta herännyttä keskustelua ja pohdintoja.

Valittu tutkimusmenetelmä saattoi myös osaltaan vaikuttaa joidenkin aihealueiden nousemisen haastatteluissa merkittävimmiksi kuin toisten. Haastattelutilanteissa näytetyissä kolmessa esimerkkivideotyöhakemuksissa ainoastaan yhdessä mainittiin työtehtävä, johon työnhakija oli pyrkimässä. Koska haastateltavat pystyivät vain arvailemaan, millaisiin työtehtäviin kaksi muuta työnhakijaa olivat pyrkimässä, eivät he voineet arvioida hakijan itsestään kertomia asioita suhteessa haettavaan työtehtävään. Tämä saattoi osaltaan vaikuttaa siihen, että työnhakijoiden nonverbaalista viestintää arvioitiin enemmän kuin verbaalista viestintää. Toisaalta taas haastateltavat huomauttivat, että myös nonverbaali viestintä tulisi suhteuttaa haettavaan paikkaan. Tästä huolimatta nonverbaalia viestintää kuitenkin arvioitiin verbaalia viestintää enemmän. Tämän tutkielman aineisto tukee kuitenkin aiemmin tehtyä huomiota televisioesiintymisen kontekstista siitä, että kamera korostaa nonverbaalisen viestinnän asemaa suhteessa verbaaliseen viestintään (ks. Isotalus 2000).

Haastateltavat kritisoivat kyseisiä esimerkkivideotyöhakemuksia myös siitä, että hakijoiden motivoituneisuus työtehtävää kohtaan ei juurikaan näkynyt. Koska kyseiset

esimerkkivideotyöhakemukset olivat harjoitustöitä, joilla ei ainakaan tutkijan tiedon mukaan haettu varsinaisesti oikeaa työtä, motivoituneisuus tai sen puute saattaa olla tulos tehdyn työn luonteesta. Ongelmallista motivaatiosta puhumisen yhteydessä olikin juuri se, ettei videotyöhakemuksia oltu osoitettu mitään kyseistä työtehtävää kohtaan. Tutkijan tekemä päätös valita useista mahdollisesta esimerkkivideotyöhakemuksesta sellaisia, joissa haettavaa työtehtävää ei mainittu oli tällä aineistolla pakollinen, sillä muuten vaarana olisi ollut videotyöhakemuksensa tutkijalle luovuttaneiden henkilöiden anonymiteetin rikkoutuminen.

5.2 Jatkotutkimushaasteita

Huolimatta siitä, että tämän tutkielman perusteella kasvanut ja korostunut tarve työelämässä tarvittavien vuorovaikutustaitojen mittaamiselle ei tullut erityisemmin esiin, on jo videotyöhakemusten lisääntynyt käyttö rekrytoinneissa seurausta tästä muutoksesta. On erittäin todennäköistä, että videotyöhakemukset eivät ole ohimenevä ilmiö työnhaun ja rekrytoinnin saralla. Tämän vuoksi aihe tulee jatkossakin olemaan hedelmällinen tutkimusaihe puheviestinnän kentällä. Vuorovaikutustaitojen arvostus työelämässä ja työnhaussa tulee mitä luultavimmin muokkaamaan vielä jatkossakin työnhaun tapoja.

Tämän tutkielman aineiston pohjalta ei voida juurikaan pintaraapaisua syvemmin tutkia tai pohtia miesten ja naisten synnyttämiä vaikutelmia, niiden eroavaisuuksia sekä tapoja arvioida vaikutelmia. Aihe on kuitenkin jatkotutkimuksen kannalta erittäin mielenkiintoinen ja sitä olisi mielekästä esimerkiksi selvittää lisää esimerkiksi määrällisen tutkimuksen keinoja käyttäen. Yksi mielenkiintoinen jatkotutkimusmahdollisuus olisi tutkia, toimivatko videotyöhakemukset sukupuolirooleja ja käyttäytymismalleja mahdollisesti voimistavana työnhaun kanavana.

Haastateltavat pohtivat videotyöhakemuksesta muodostuvan vaikutelman paikkansapitävyyttä. Huolena ilmaistiin, että videotyöhakemuksesta saatava vaikutelma ei välttämättä täsmäisikään kasvokkain saatavan vaikutelman kanssa. Barrick ym. (2000) ovat tutkineet, eroaako rekrytoijan kasvokkain tapahtuvassa työhaastattelussa tekemä arvio persoonallisuudesta työnhakijan itse itsestään sekä hänen ystäviensä tekemästä arviosta. Viiden piirteen mallin mukaan sekä

työnhakijat että rekrytoijat tekivät pitkälti samankaltaisia arvioita työnhakijoista kun työnhakijan läheiset ystävät. Tutkimuksessa huomattiin kuitenkin, että rekrytoijat onnistuivat huonosti arvioimaan työnhakijan kahta persoonallisuuspääpiirrettä eli tunnettavuutta ja tunne-elämän tasapainoisuutta. Tulosta voidaan pitää merkittävänä, sillä näitä kahta persoonallisuuspääpiirrettä pidetään työstä suoriutumisen kannalta merkittävimpana. Mielenkiintoisena jatkotutkimusaiheena voidaankin pitää sitä, kuinka onnistuneita ja paikkansapitäviä arvioita työnhakijan persoonallisuudesta rekrytoijat pystyvät tekemään suhteessa kasvokkain tapahtuvaan työhaastatteluun.

KIRJALLISUUS

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino

Asch, S. E. 1946. Forming impressions of personality. *Journal of Abdominal and Social Psychology* 41, 258–290. x

Barrick, M. R., Patton, G. K., & Haugland, S. N. 2000. Accuracy of interviewer judgments of job applicant personality traits. *Personnel Psychology*, 53, 925–951.

Conn, C. E. 2009. Talking about problematic issues in employment backgrounds: Lessons in ethical and effective interviewing strategies. *Communication Teacher* 23, 52–57.

Delery, J. H. & Kacmar K. M. 1998. The influence of applicant and interviewer characteristics on the use of impression management. *Journal of Applied Social Psychology* 28, 1649–1669.

Digman J.M. 1990. Personality structure: Emergence of the five factor model. *Annual Review of Psychology*, 41, 417–440.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Vastapaino

Forbes, R. J., & Jackson, P. R. 1980. Non-verbal behavior and the outcome of selection interviews. *Journal of Occupational Psychology*, 53, 65–72.

Goffman, E. 1971. *Arkielämän roolit. Oikeille jäljille rooliviidakossa.* Suom. Erkki Puranen. Porvoo: WSOY.

Hack, T. 2014. Forming Impressions: Effects of facial expression and gender stereotypes. *Psychological Reports: Mental & Physical Health*, 114, 557–571.

Harviainen, L. O. & Lyytikäinen, E. K. 2000. Viestintäkompetenssi kulttuurienvälisessä vuorovaikutuksessa. Suomalaisten käsityksiä tehokkaasta ja tarkoituksenmukaisesta viestinnästä viestittäessä hollantilaisten kanssa. Jyväskylän yliopisto. Puheviestinnän pro gradu –tutkielma.

Hellweg, S.A, Pfau, M. & Brydon, S. R. 1992. Televised presidential debates. New York: Praeger .

Hirsjärvi, S., Remes. P. & Sajavaara P. 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi

Hyvärinen, M-L. 2011. Alakohtainen vuorovaikutus farmasiassa. Acta Universitatis Tamperensis 1604. Tampere: Tampere University Press

Imada, A. S., & Hakel, M. D. 1977. Influence of nonverbal communication and rater proximity on impressions and decisions in simulated employment interviews. Journal of Applied Psychology, 62, 295–300.

Isotalus, P. 1995. Mitä esiintymistaito on? Puhetaiteen, yleisöpuheen ja mediaesiintymisen yhteisiä piirteitä etsimässä. Teoksessa M. Valo (toim.) Haasteita puheviestinnän opetukseen. Jyväskylä: Viestintätieteiden laitoksen julkaisuja, 83–98.

Isotalus, P. 1996. Toimittaja kuvaruudussa. Televisioesiintyminen vuorovaikutuksen näkökulmasta. Jyväskylä studies in communication 5. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Isotalus, P. 2000. Tunteita ja reaktioita televisiossa. Ahon ja Halosen nonverbaali viestintä. Teoksessa P. Isotalus & E. Aarnio (toim.) Presidentti 2000. Mistä on presidentinvaalit tehty? Jyväskylä: SoPhi, 155–173.

Jordan, W. J. & McLaughlin, M. L. 1976. The Effect of Sex-Role Ambiguity on Impression Formation Processes in Individuals and Groups. Western Speech Communication, 40, 32–39.

Kacmar, K. M. & Carlson, D. S. 1999. Effectiveness of impression management tactics across human resource situations. *Journal of Applied Social Psychology* 29, 1293–1315.

Kostiainen, E. 2003. Viestintä ammattiosaamisen ulottuvuutena. Jyväskylä: Jyväskylä studies in humanities 1.

Kupila, P. 2014. Osaatko tehdä itsestäsi videoesittelyn? *Talouselämä* 15.5.2014. <http://www.talouselama.fi/tyoelama/osaatko+tehda+itsestasi+videoesittelyn/a2246674>. Viitattu 15.10.2014.

Laine, T. 2001. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä: PS-kustannus, 26–43.

Lauzen, M. M., Dozier D. M., and Horan, N. 2008. Constructing Gender Stereotypes Through Social Roles in Prime-Time Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 52, 200–214.

Leary, M. R. & Kowalski, R. M. 1990. Impression management: a literature review and two-component model. *Psychological Bulletin* 107, 34–47.

Menzel, K. & Carrel, L. 1994. The relationship between preparation and performance in public speaking. *Communication education* 43, 17–26.

Miles, M. B. & Huberman A. M. 1994. *Qualitative data analysis*. California: Sage.

Mustranta, M. 2015. Rekrytointirobotti voi ratkaista, saatko työpaikan. *Helsingin sanomat* 24.5.2015. <http://www.hs.fi/ura/a1432264727569>. Viitattu 25.5.2015.

Mäkinen, K. 2012. *Becoming valuable selves. Self-promotion, gender and individuality in late capitalism*. Tampere: Tampere University Press.

Niinistö, M. 2015. Älä piilota itseäsi somessa – videohakemus erottaa muista työnhakijoista. Yle 8.1.2015.

http://yle.fi/uutiset/ala_piilota_itseasi_somessa_videohakemus_erottaa_muista_tyonhakijoista/7722588. Viitattu 20.5.2015.

Peterson, M. 1997. Personnel interviewers' perceptions of the importance and adequacy of applicants' communication skills. *Communication Education* 46, 287–291.

Pisto, V. 2015. Esittelyvideo ja vakuuttava asenne ovat valttia kesätyötä hakiessa. Yle 16.2.2015. http://yle.fi/uutiset/esittelyvideo_ja_vakuuttava_asenne_ovat_valttia_kesatyota_hakiessa/7804447. Viitattu 20.5.2015.

Rashotte, L. S. 2002. What does that smile mean? The meaning of nonverbal behaviors in social interaction. *Social Psychology Quarterly* 65, 92–102.

Rasmussen, K. G. 1984. Nonverbal behavior, verbal behavior, resumé credentials, and selection interview outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 69, 551–556.

Riggio, R.E. & Throckmorton, B. 1988. The relative effects of verbal and nonverbal behavior, appearance, and social skills on evaluation made in hiring interviews. *Journal of Applied Social Psychology*, 18, 331–348.

Rose J., Mackey-Kallis S, Shyles L., Barry K., Biagini D, Hart C. & Jack L. 2012. Face it: The Impact of Gender on Social Media Images. *Communication Quarterly* 60, 588–607.

Seiter, J. S, Weger, H. Jr., Kinzer, H. J, & Jensen, A. S. 2009. Impression management in televised debates: The effect of background nonverbal behavior on audience perceptions of debaters' likeability. *Communication Research Reports* 26, 1–11.

Stevens, C. K. & Kristof A. L. 1995. Making the right impression: a field study of applicant impression management during job interviews. *Journal of Applied Psychology* 80, 587–606.

Tedeschi, J. 1981. *Impression Management Theory and Social Psychological Research*. New York: Academic Press

Toivainen, N. 2012. *Työnhakijoiden kokemuksia työhaastattelusta*. Jyväskylän yliopisto. Puheviestinnän pro gradu -tutkielma.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Uranus.fi. 2014. Työnantajat kertovat: Näin teet hyvän ensivaikutelman. <http://www.uranus.fi/tyonhaku/tyonantajat-kertovat-nain-teet-hyvan-ensivaikutelman>. Viitattu 20.10.2014.

Valkonen, T. 2003. *Puheviestintätaitojen arviointi. Näkökulmia lukiolaisten esiintymis- ja ryhmätaitoihin*. Jyväskylä: Jyväskylä studies in humanities 7.

Valo, M. 1994. *Käsitykset ja vaikutelmat äänestä. Kuuntelijoiden arviointia radiopuheen äänellisistä ominaisuuksista*. *Studia Philologica Jyväskyläensia* 33. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Veikkolainen, S. 2013. <http://sariveikkolainen.com/2013/10/16/ja-toimittajan-tarkein-somevaline-2013-on/>. Viitattu 20.9.2014.

Waldeck, J., Durante, C., Helmuth, B. & Marcia, B. 2012. Communication in a changing world: Contemporary perspectives on business communication competence. *Journal of Education for Business* 87, 230–240.

Waung, M., Hymes, R. W & Beatty, J. E. 2014. The effects of video and paper resumes on assessments of personality, applied social skills, mental capability, and resume outcomes. *Basic & Applied Social Psychology* 36, 238–251.

Willis, J., & Todorov, A. 2006. First impressions: making up your mind after a 100-ms exposure to a face. *Psychological Science* 17, 592–598.

Young, D. M., & Beier, E. G. 1977. The role of applicant nonverbal communication in the employment interview. *Journal of Employment Counseling*, 14, 154–165.

LIITTEET

Liite 1

TEEMAHAASTATTELURUNKO

Taustatietoja

1. Ikä
2. Sukupuoli
3. Ammattinimike
4. Työkokemus vuosissa kyseisellä alalla
5. Onko sinulla aiempaa kokemusta videotyöhakemuksista?

TEEMA-ALUEET JA KYSYMYKSET

Määrittelyä

Kuvaile omin sanoin, mikä on videotyöhakemus.

Millaisissa tilanteissa videotyöhakemus on tarpeellinen/hyödyllinen?

Onko sinulla omakohtaisia kokemuksia videotyöhakemuksesta? (Esimerkiksi rekrytointitilanteissa?)

Kuinka videotyöhakemus eroaa omasta mielestäsi perinteisestä työhaastattelutilanteesta?

(”Lämmittelevän” keskustelun jälkeen katsomme kolme esimerkkivideotyöhakemusta, jonka jokaisen välissä käymme samat, alta löytyvät kysymykset läpi. Lopuksi puhumme vielä videohakemuksista yleisesti.)

Vaikutelman muodostuminen

Millainen vaikutelma hakijasta syntyy?

Mihin asioihin kiinnitit erityisesti huomiota?

Miten arvioisit hakijan itsestään kertomia asioita?

Millaisia keinoja hakija käyttää videolla antaakseen itsestään hyvän vaikutelman? Kuinka arvioit sen onnistumista?

Kuinka vakuuttava hakija sinusta on? Millaisista tekijöistä vakuuttavuus syntyy?

Kuinka motivoitunut hakija sinusta on? Millaisista seikoista motivaatiota voi havainnoida?

Viestintä videotyöhakemuksessa

Mitä sanallisia vakuuttamisen keinoja hakijat käyttävät videotyöhakemuksissa? Miten arvioit niiden onnistumista?

Mitä sanattomia (puheen rytmiä, tauotusta, nopeutta, katsekontaktia) vakuuttamisen keinoja hakijat käyttävät videotyöhakemuksissa? Miten arvioit niiden onnistumista?

Miten arvioit videon aloitusta ja lopetusta?

Miten arvioit videon pituutta?

Miten arvioit videon teknistä laatua ja visuaalista ilmettä? Kuinka tärkeänä pidät tätä seikkaa?

Millaista sisältöä jäit videotyöhakemukselta kaipaamaan? Mitä suosittelet tekemään toisin?

Yleisesti

Millaisia taitoja pidät tärkeimpänä jotta hakija onnistuu videohakemuksen teossa?

Millaisia esiintymistaitoja videotyöhakemuksen tekijä mielestäsi tarvitsee onnistuakseen vakuuttamaan katsojan?

Kuinka hakijan tulisi ottaa yleisönsä huomioon videotyöhakemuksessa?

Mitä asioita hakijan tulisi välttää videohakemuksella?

Millainen videotyöhakemus hakijalla tulisi olla, jotta hän erottuu muista hakijoista?

Liite 2

Arvoisa XXXX,

Olen Tampereen yliopiston opiskelija ja kirjoitan parhaillani puheviestinnän alan pro gradu -tutkielmaa videotyöhakemuksista. Graduni tämänhetkinen työnimi on "Vaikutelman muodostuminen videotyöhakemuksessa" ja tarkoitukseni on selvittää, millaista viestintää rekrytoijat ja työnhaun/työelämän asiantuntijat pitävät videotyöhakemuksessa onnistuneena. Tutkielmani aineisto kerätään ryhmähaastattelutilanteissa työnhaun ja rekrytoinnin asiantuntijoilta.

Suunnitelmani on haastatella rekrytoinnin ja työnhaun ammattilaisia niin, että ryhmähaastattelutilanteessa haastateltaville näytetään alussa muutama videotyöhakemus, jonka pohjalta haastateltavilla on enemmän eväitä kertoa omia käsityksiään videotyöhakemuksista. Toiveenani on käyttää X yliopiston XXXX-kurssilla harjoituksena tehtyjä videotyöhakemuksia.

Osallistuminen tutkimukseen on täysin vapaaehtoista. Tutkimuksen järjestelyt ja tulosten raportointi ovat luottamuksellisia. Tutkielman tulokset julkaistaan siten, ettei yksittäistä yksittäisiä henkilöitä voi tunnistaa.

Videotyöhakemuksen tekijöiden yksityisyyttä suojellaan seuraavilla tavoilla:

1. Videotyöhakemuksia säilytetään asianmukaisesti niin, että ainoastaan tutkijalla on niihin pääsy.
2. Käyttöön saaduista videoista vain osaa käytetään aineistonkeruutilanteessa.
3. Videot hävitetään asianmukaisesti tutkielman valmistuttua keväällä 2015.
4. Tutkimusta varten haastateltavia pyydetään osaltaan suojelemaan videotyöhakemuksella esiintyvien henkilöiden anonymiteettia.
5. Videotyöhakemuksella esiintyvien henkilöiden nimiä tai taustatietoja ei kerrota haastattelutilanteessa.

Mikäli haluat luovuttaa videotyöhakemuksesi käyttööni, täytähän seuraavalla sivulla olevan lomakkeen. Työni ohjaajana toimii puheviestinnän professori Pekka Isotalus ja myös häneltä saa tarvittaessa lisätietoja.

Kiitos suuresti jo etukäteen avustasi!

Milla Jalonen

045-XXXXXXX

Liite 3

Taustatietolomake

1. Ikä
2. Sukupuoli
3. Ammattinimike
4. Työkokemus vuosissa kyseisellä alalla
5. Onko sinulla aiempaa kokemusta videotyöhakemuksesta? Kerro vapaasti muutamalla lauseella.